

## REMERCIEMENTS

*Nous tenons à remercier ALLAH, le tout puissant de nous avoir donné courage et volonté pour accomplir ce modeste travail.*

*Nous tenons à exprimer tous nos reconnaissances à tous ceux qui ont contribué de prêt ou de loin à la réalisation de ce travail.*

*Nous tenons à présenter notre profonde gratitude à notre promotrice Mme REHMANI Lilla pour sa disponibilité, ses remarques et conseils.*

*On voudrait remercier tous les responsables des entreprises de l'échantillon pour leurs contributions.*

*Nos remerciements vont également à l'ensemble de nos enseignants de la spécialité FCI qui nous ont apporté soutiens et conseils.*

*Et à tous ceux qui ont participé de près ou de loin à la réalisation de ce travail.*

## DEDICACES

*Je dédie ce modeste travail à :*

*Mes chers parents «Aicha » et «Amar » que j'aime tellement, et qui m'ont soutenu tout au long de mes études, soit financièrement ou moralement, en leur souhaitant une longue vie.*

*Mes très chers frères et sœurs biens aimés: Nadia, Noria, Karim et Massi à qui je souhaite une vie pleine de joie, de bonheur et de succès.*

*A mes très chères grandes mères que ALLAH les protège et les garde auprès de ceux qui les aiment.*

*A ma binôme que je considère comme une sœur: Naima*

*A tous mes amis surtout: Katiya, Siham, Hayate, Lydia, Fares, Fateh, Redouane avec qui j'ai passé de très bon moment, je leurs souhaite plein de bonheur et beaucoup de succès.*

*Ama copine de chambre Nabila à qui je souhaite une bonne continuité dans ses études*

*Et à tous ceux qui me sont chers.*

*Latifa.M*

**UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA.**

**FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES  
SCIENCES GESTION.**

**Département des Sciences Commerciales**

**Mémoire de fin de Cycle  
Pour l'obtention du diplôme de Master en Sciences Commerciales**

**Option : Finance et Commerce International**

**Thème**

**L'impact de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC sur les  
Techniques d'Information et de Communication  
Etude qualitative auprès des entreprises exportatrices algériennes  
(w.Bejaia et w.Tizi Ouzou)**

**Réalisé par :**

**Encadreur : M<sup>me</sup> RAHMANI.L**

1-MOULAI Naima  
2-MOUHOUBI Latifa

**Membre du Jury**

M<sup>lle</sup> TOUATI. K  
M<sup>er</sup> HANNICHE. B  
M<sup>me</sup> RAHMANI. L

**Promotion Juin 2015**

## DEDICACES

*Je dédie ce modeste travail à :*

*Mes chers parents « Tassaàdit » et « Nacir » que j'aime tellement, et qui m'ont soutenu tout au long de mes études, soit financièrement ou moralement, en leur souhaitant une longue vie.*

*Mes très chers frères biens aimés: Samir, Toufik, Azzedine et Bilou à qui je souhaite une vie pleine de joie, de bonheur et de succès.*

*A mon très cher grand père que ALLAH le protège et le garde auprès de ceux qui l'aime.*

*A ma binôme que je considère comme une sœur: Latifa*

*A tous mes amis surtout: Hayate, Khadîdja, Meriem, Lydia, Katiya, Farés, Fateh avec qui j'ai passé de très bon moment, je leurs souhaite plein de bonheur et beaucoup de succès.*

*Et à tous ceux qui me sont chers.*

*Naima M*

## Liste des abréviations

### A

- ADPIC** : Aspects des Droits de Propriété Intellectuelle liés au Commerce
- **AGCS** : Accord Général sur le Commerce des Services
- ANDI** : Agence Nationale de Développement et de l'Investissement
- ARPT** : Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunication
- ATI** : Accord sur les Technologies de l'Information
- ALGEX**: Agence nationale de promotion du commerce extérieur
- AIPI**: Alliance Internationale de la Propriété Intellectuelle
- AICD**: Agence Internationale Canadienne pour le Développement

### B

- **BM**: Banque Mondiale
- **BRIC**: Brésil, Russie, Inde, Chine

### C

- CI**: Commerce International
- CEE** : Communauté Economique Européenne
- CCM** : Conseil du Commerce et des Marchandises
- CCS** : Conseil du Commerce des services
- CNUCED** : Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement
- CNIS**: Centre National sur l'Information Statistiques des Douanes
- CCP**: Compte chèque postal

### D

- DA**: Dinar Algérien

### F

- FMI**: Fonds Monétaire International
- FSPE**: Fond national spécial pour la promotion des exportations

### G

- GATT** : L'accord général sur les droits de douane et le commerce ou General Agreement on Tariffs and Trade

## I

- **INSEE** : Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques
- **IDE**: Investissement Direct Etranger
- **INAPI**: Institut National Algérien de la Propriété Industrielle

## N

- **NPF**: La Nation la Plus Favorisée
- **NMB**: Nombre

## O

- **OMC**: Organisation Mondiale du Commerce
- **ONDA** : Office National des Droits d'Auteurs
- **OIC**: Organisation International du Commerce
- **OMPI** : Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle
- **ORD**: Organe de Règlement des Différends
- **OTC** : Obstacles Techniques au Commerce
- **ONU**: Organisation de Nations Unies
- **OGM** : organismes génétiquement modifiés
- **ONG** : Organisations Non Gouvernementale
- **OIT** : Organisation Internationale du Travail
- **OCDE**: Organisation de Coopération et de Développement Economique.
- **OPAEP**: l'Organisation des pays arabes exportateurs de pétrole

## P

- **PAS** : Plan d'Ajustement Structurel
- **PD** : Pays Développés
- **PVD** : Pays en Voie de Développement
- **PED** : Pays En Développement
- **PIB** : Produit Intérieur Brut.
- **PME**: Petites et Moyennes Entreprises
- **PMI**: Petites et Moyennes Industries
- **PSRE**: Plan de soutien à la relance économique
- **PCSC**: Programme complémentaire de soutien à la croissance
- **PNUD**: Programmes des nations unies pour le développement

## **R**

**-R&D:** Recherche et Développement

**-RTC:** Radio, Télévision et Communication

## **S**

**-SPS :** Accord sur l'application des mesures Sanitaires et Phytosanitaires

## **T**

**-TIC:** Technologies de l'Information et de la Communication

## **U**

**-UE:** Union Européenne

**-USA:** United States of América

**-USD:** United States Dollar

**-UGTA:** l'Union générale des travailleurs algériens

**-UCGAA:** l'Union Générale des Commerçants et Artisans Algériens

## **W**

**-WTO:** World Trade Organization

**-WEF:** World Economic Forum

## Listes des figures et des schémas

<b>Schéma n° 01:</b> Les étapes successives prévues par le protocole d'accèsion à l'OMC.....	21
<b>Schéma n° 02:</b> L'Organe de Règlement des Différents.....	25-26
<b>Figure n°03:</b> Evolution du commerce extérieur entre 2005-2014.....	43
<b>Figure n°04:</b> Evolution du CI algérien entre 1 <sup>er</sup> trimestre de 2014 et 2015.....	44
<b>Figure n°05 :</b> Panier moyen des différents produits et services achetés en ligne en euros sur les six derniers mois de l'année 2010.....	70
<b>Figure n° 06:</b> La courbe en S : priorités pour la mesure du commerce électronique....	75
<b>Figure n°07:</b> Contributions à la croissance des exportations mondiales de TIC, 1992-2006..	77
<b>Figure n°08:</b> L'utilisation du e-paiement en Algérie.....	85
<b>Figure n°09:</b> Nature de l'utilisation du e-paiement.....	85
<b>Figure n°10:</b> Evolution des exportations des TIC en Algérie.....	87
<b>Figure n°11:</b> Evolution des importations des TIC en Algérie.....	88
<b>Figure n°12:</b> Comparaison des importations des TIC avec les importations totales des biens.....	88
<b>Figure n°13:</b> Evolution de la part des importations des TIC dans le totales des biens en pourcentage %.....	89



## Liste des tableaux

<b>Tableau n°01:</b> Les Cycles de négociations commerciales du GATT.....	8
<b>Tableau n°02 :</b> Comparaison de statut de chaque pays dans le classement de 2015 de grandes entreprises Africaines.....	42
<b>Tableau n°03 :</b> Statistique du commerce extérieur de l'Algérie (2006-2014).....	43
<b>Tableau n°04 :</b> Définitions des TIC.....	62
<b>Tableau n°05 :</b> Comparaison de la contribution des TIC dans le PIB entre les pays du Maghreb.....	83
<b>Tableau n°06 :</b> Le nombre de projets enregistrés auprès de l'ANDI pour la période 2002-2014 dans le secteur des TIC.....	84
<b>Tableau n°07:</b> Les états d'adhésion aux traités de l'OMPI de l'Algérie.....	95
<b>Tableau n° 08 :</b> Classification de la population par Wilaya.....	100
<b>Tableau n°09 :</b> Identification de la taille des entreprises.....	101
<b>Tableau n°10 :</b> Tableau récapitulatif des secteurs d'activités.....	101
<b>Tableau n°11 :</b> Tableau récapitulatif des secteurs (publique/ privé/ mixte).....	102
<b>Tableau n°12:</b> Récapitulation des investissements dans les TIC.....	103
<b>Tableau n°13:</b> L'impact des TIC sur le chiffre d'affaire.....	103
<b>Tableau n°14:</b> L'impact des TIC sur la productivité.....	104
<b>Tableau n°15:</b> L'impact des TIC sur la rentabilité.....	104
<b>Tableau n°16:</b> L'impact des TIC sur la distance et les délais avec les partenaires étrangers	104
<b>Tableau n°17:</b> La situation des TIC en Algérie.....	105
<b>Tableau n°18:</b> L'orientation des TIC en Algérie.....	105

<b>Tableau n°19:</b> La vision des enquêtés sur l'accession.....	106
<b>Tableau n°20:</b> Les délais de négociation de l'Algérie à l'OMC.....	107
<b>Tableau n°21:</b> Anticipation du rendement des entreprises algériennes en fois adhéree.....	107
<b>Tableau n°22:</b> L'entreprise est-elle prête à une éventuelle adhésion à l'OMC ?.....	108
<b>Tableau n°23:</b> Evolution des TIC en Algérie après l'affiliation.....	109
<b>Tableau n°24:</b> La qualité des TIC une fois adhére.....	109
<b>Tableau n°25 :</b> Les prix des TIC une fois adhére.....	109
<b>Tableau n°26:</b> Les droits de propriété intellectuelle en Algérie une fois adhére.....	110
<b>Tableau n°27:</b> Les TIC vont-t-elles jouer un rôle économique ?.....	111
<b>Tableau n°28:</b> L'impact des TIC sur les exportations en Algérie .....	111

# Sommaire

<b>Remerciements.....</b>	<b>I</b>
<b>Dédicaces.....</b>	<b>II</b>
<b>Liste des abréviations.....</b>	<b>III</b>
<b>Liste des figures.....</b>	<b>IV</b>
<b>Liste des tableaux.....</b>	<b>V</b>
<b>Sommaire.....</b>	<b>VI</b>
<b>Introduction générale.....</b>	<b>1</b>
<b>Chapitre 01 : Organisation Mondiale du Commerce</b>	
<b>Introduction.....</b>	<b>5</b>
<b>Section 01 : Passage historique sur le GATT.....</b>	<b>5</b>
1.1. Naissance et principes du GATT.....	6
1.2. Les rounds de négociation durant le GATT.....	7
1.3. L'Uruguay Round et naissance de l'OMC.....	9
<b>Section 02: Généralités sur l'OMC.....</b>	<b>11</b>
2.1. Définition et rôle de l'OMC.....	11
2.2. Principes de l'OMC.....	12
2.3. Organisation et fonctionnement de l'OMC.....	16
2.4: L'accession à l'OMC.....	18
<b>Section 03: L'Organe de Règlement des différends.....</b>	<b>22</b>
3.1. Procédure de règlement des différends.....	22
3.2. L'organe d'appel.....	23
3.3. Principales étapes du règlement des différends.....	23
<b>Section 04: Les limites de l'OMC.....</b>	<b>27</b>
4.1. Les limites liées aux règlements des différends.....	27
4.2. Les critiques assignées aux accords sur l'agriculture.....	27
4.3. Firmes multinationales.....	28
4.4. Autres critiques.....	28
<b>Conclusion.....</b>	<b>30</b>

## **Chapitre 02 : La démarche de l'Algérie pour l'accèsion à l'OMC**

<b>Introduction.....</b>	<b>31</b>
<b>Section 01: Evolution de l'économie algérienne.....</b>	<b>31</b>
1.1. La phase de planification.....	31
1.2. L'économie de marché.....	34
<b>Section 02: Les objectifs et les intérêts de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC.....</b>	<b>38</b>
2.1. Les objectifs de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC.....	38
2.2. Les intérêts que peut tirer l'Algérie après son adhésion à l'OMC.....	44
<b>Section 3: Le processus d'adhésion de l'Algérie à l'OMC.....</b>	<b>49</b>
3.1. Présentation du groupe du travail.....	49
3.2. Les rounds de négociation entre l'Algérie et l'OMC.....	51
<b>Section 4: Les causes d'une longue démarche de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC.....</b>	<b>53</b>
4.1. Causes relatives à l'origine des caractéristiques du processus lui-même.....	54
4.2. Les causes relatives au système d'économie politique algérien.....	55
<b>Conclusion.....</b>	<b>57</b>

## **Chapitre 03 : Les Techniques d'Information et de Communication**

<b>Introduction.....</b>	<b>58</b>
<b>Section 01: Généralités sur les TIC.....</b>	<b>58</b>
1.1. La nature des TIC .....	59
1.2. Définitions des TIC.....	60
1.3. Avantages et inconvénients des TIC.....	63
<b>Section 2: L'impact des TIC sur la performance des économies.....</b>	<b>65</b>
2.1. L'impact des TIC sur la croissance de la productivité.....	65
2.2. L'impact des TIC sur l'emploi.....	67
2.3. Les TIC sont un appui à l'agriculture.....	68

2.4. Les TIC et l'entrepreneuriat.....	68
2.5. L'impact des TIC sur le développement du secteur touristique.....	69
<b>Section 3: L'impact des TIC sur le développement des entreprises à l'international.....</b>	<b>71</b>
3.1. Les enjeux d'une présence de l'entreprise sur l'Internet.....	71
3.2. Le commerce électronique.....	73
3.3. Les exportations des TIC dans le monde.....	76
<b>Section 04 : Les obstacles au développement des TIC dans les pays en développement..</b>	<b>78</b>
4.1. Contrainte technologique.....	79
4.2. Contrainte financière.....	79
4.3. Obstacles due au continu et à l'interface.....	79
4.4. Autres obstacles.....	80
<b>Conclusion.....</b>	<b>81</b>
<b>Chapitre 04 : Etude qualitative sur l'impact de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC sur les TIC</b>	
<b>Introduction.....</b>	<b>82</b>
<b>Section 01: La situation algérienne en terme de TIC.....</b>	<b>82</b>
1.1. L'utilisation et la contribution des TIC en Algérie.....	83
1.2. Le commerce extérieur Algérien et les TIC.....	86
1.3. Les TIC dans l'adhésion de l'Algérie à l'OMC.....	91
1.4. La stratégie e-Algérie 2013.....	95
<b>Section 02: Méthodologie et contexte de l'étude qualitative.....</b>	<b>99</b>
2.1. Présentation de l'enquête.....	99
2.2. Analyse et interprétation des résultats.....	102
<b>Conclusion.....</b>	<b>113</b>
<b>Conclusion générale.....</b>	<b>114</b>

<b>Bibliographie.....</b>	<b>VII</b>
<b>Annexes.....</b>	<b>VIII</b>
<b>Table des matières.....</b>	<b>IX</b>

# **INRODUCTION GENERALE**

Depuis la fin de la seconde guerre mondiale, les échanges internationaux ont pris une ampleur croissante. Toutes les nations sont devenues interdépendantes. La nécessité de la pratique des échanges du commerce international s'explique par l'inégalité de la répartition des ressources naturelles, des climats, du développement technologique, voir même dans la spécialisation des nations. La rapide évolution et l'intégration croissante des échanges internationaux en termes de flux réels et de flux financiers étaient à l'origine de la mise en place d'un cadre institutionnel favorable au développement du commerce mondial. En effet, l'importance d'une mise en place d'un système qui régie le commerce international et assure le respect des responsabilités contractuelles des parties était une nécessité par la création d'une organisation destinée à promouvoir le libre-échange et le multilatéralisme dénommé, « Organisation Mondiale de Commerce ».

L'OMC est une suite logique appelé le GATT (accord général sur les tarifs douaniers et de commerce). C'est le constat de l'échec du GATT (1947) qui a amené les Etats dans le cadre de discussions entre 1986 et 1994 (le cycle de l'Uruguay) à adopter en avril 1994 un acte appelé l'acte de Marrakech qui est l'acte fondateur de l'OMC où il a pour objectif de prendre en charge les règles régissant le commerce entre pays en abaissant les barrières tarifaires et non tarifaires aux échanges de biens et services et en instaurant une égalité de traitement entre tous les membres.

L'OMC, comme une organisation internationale qui traite divers secteurs tels que l'agriculture, les services, la propriété intellectuelle...etc, a conduit à l'accélération de la mondialisation. Cette dernière a été largement amplifiée par la vague d'innovations dans l'informatique et les télécommunications qui ont réduit les coûts de nombreuses transactions, nationales et internationales. Ces évolutions ont aussi considérablement ouvert les possibilités d'externalisation<sup>1</sup> et de production à distance, dans l'industrie et dans certains services. Depuis 2000<sup>2</sup> et l'éclatement de l'Internet, la chute des prix des biens et des services numériques a encore accéléré les capacités de fragmentation internationale des chaînes de valeur et de redistribution géographique des sites de production.

---

<sup>1</sup> L'externalisation, en anglais, outsourcing, est une opération qui consiste pour une entreprise à faire réaliser certaines tâches à l'extérieur, par recours à la sous-traitance pour les activités non essentielles et non directement productrices de revenus (informatique, logistique, etc.).

<sup>2</sup> Miotti. L et Sachwald. F, commerce mondial: le retour de la « la vieille économie » ?, 75740 Pris CEDEX 15-France, Eur-Ifri, 2006, P 7



Les technologies de l'information et de communication (TIC) n'ont pas cessé d'évoluer et continuent de se heurter à des barrières non tarifaires au commerce, ce qui entrave leur accès au marché de nombreux pays. Pour cela, l'OMC a mis un œil sur les TIC en entraînant une nouvelle expansion du marché mondial des technologies de l'information et du commerce des produits des technologies de l'information, ce qui bénéficierait aux producteurs qui se procurent de plus en plus les composants nécessaires dans le monde entier, mais aussi aux consommateurs. Cette influence que possède l'OMC ne se limite pas seulement au domaine des TIC, ce qui pousse d'avantage un pays à être un membre dans cet organisme.

Sans exception, l'Algérie ne cesse pas de poursuivre une série de négociations avec l'OMC pour en devenir affilié. Cette procédure d'intégration à l'OMC affiche une volonté d'assimiler le système commercial international et d'en tirer profit, entre autre, le secteur de TIC. Des efforts considérables sont pris par l'Algérie, allant d'une économie planifiée à une économie de marché et l'adoption de diverses réformes conformes aux règles de l'OMC qui touche l'environnement intérieur des affaires et les transactions internationales.

Parmi les entraves que rencontrent le pays, la non diversification de son économie qui espère la remédier en s'adhérant à cette organisation multilatérale. En effet, lors de la conférence nationale sur le commerce extérieur<sup>3</sup> tenu le 30 et le 31 mars 2015 par le gouvernement algérien et des spécialistes nationaux et internationaux, ont insistés sur cette question et sur la nécessité de la mise en place de mesure efficace pour son développement. Le point a été mis sur les TIC comme un moyen de diversification des échanges extérieurs, mais, le problème c'est que l'Algérie marque un retard dans ce domaine. Les spécialistes algériens souhaitent qu'une éventuelle adhésion à l'OMC va donner la possibilité aux TIC de jouer le rôle désiré.

C'est dans cette circonstance que notre thème circonscrit, à savoir: L'adhésion de l'Algérie à l'OMC. On a effectué ce choix pour motif d'actualité qui renvoi à notre spécialité ainsi, sur les répercussions d'une telle démarche (positivement ou négativement) sur l'économie algérienne.

C'est dans ce cadre que s'inscrit notre problématique à noter : qu'elle est l'impact de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC sur les TIC?

---

<sup>3</sup> Article: Nawel Hami, Les recommandations destinées à promouvoir les exportations et professionnaliser le métier d'importateur, 01 - 04 – 2015, WWW.La nouvelle république, DZ, date de consultation: 05-01-2015

A cet effet, plusieurs questions méritent une réflexion :

- \*Quels avantages peut tirer l'Algérie de son adhésion à l'OMC ?
- \*Quel est le profil des TIC en Algérie ?
- \*Quel est l'impact de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC sur les télécommunications et l'Internet ?
- \*L'adhésion de l'Algérie à l'OMC va-t-elle permettre aux TIC de jouer un rôle économique ? Et au-delà à participer à la diversification des échanges extérieurs ?
- \*Quel sera le reflet de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC sur la propriété intellectuelle, notamment, industrielle ?

Dans ce contexte, pour essayer de répondre à ces questions et à la problématique, nous avons penché pour une recherche bibliographique, par l'appui de différentes sources d'informations : ouvrages, revues, articles de journaux, des sites d'internet...etc et d'une étude qualitative sur le terrain limitée à un questionnaire au niveau de deux wilayas (Bejaia et Tizi Ouzou), pour mieux cerner notre thème, nous proposant les hypothèses suivantes :

**Hypothèse n° 1:** L'adhésion de l'Algérie à l'OMC pourrait permettre l'introduction de nouvelles formes de TIC plus développées ce qui va permettre aux entreprises algériennes d'être plus compétitives et plus performantes et ainsi contribuer à la diversification des échanges extérieurs de l'Algérie.

**Hypothèse n°2:** L'adhésion de l'Algérie à l'OMC pourrait permettre une diffusion plus rapide de l'internet et un développement du marché des télécommunications ce qui va procurer une disponibilité d'information et des gains en matière de temps pour les entreprises algériennes.

**Hypothèse n°3:** Après une probable accession à l'OMC, l'Algérie est tenue de respecter ses engagements vers cet organisme en matière de TIC, notamment, le respect de la propriété intellectuelle mais cela ne va pas remédier aux insuffisances de l'économie algérienne.

Pour conduire à bien notre travail de recherche, nous avons opté pour le plan suivant:

Le premier chapitre va traiter les généralités sur l'OMC (définitions, historique, rôles, fonctionnement ...).

Le deuxième chapitre est consacré aux généralités sur le processus d'adhésion de l'Algérie à l'OMC (évolution historique de l'économie algérienne, le parcours de négociation pour l'adhésion à l'OMC et son contenu.....).

Le troisième chapitre touchera les généralités sur les TIC (définition, impacts ....).

Finalement, le dernier chapitre sera attribué à l'étude de la situation actuelle de l'Algérie en terme de TIC, et une anticipation sur leur rendement et sur l'économie algérienne particulièrement, sur le développement des échanges extérieurs après l'accession.

**CHAPITRE 01**  
**Organisation Mondiale du**  
**Commerce (OMC)**

## Introduction

Après la deuxième guerre mondiale et suite à ses conséquences néfastes sur l'économie mondiale, les grandes puissances ont abouti à la création, d'une part, du FMI (Fonds Monétaire International) pour assurer la stabilité du système monétaire international et, d'une autre part, la BM (Banque Mondiale) pour financer la reconstruction des pays.

De la même dynamique, et dans le but de régulariser le commerce international, 23 pays ont négocié sur des clauses portant sur la réduction des tarifs douaniers et signent le GATT (l'accord général sur les droits de douane et le commerce) en 1947.

A l'issue des cycles de négociation appelés "round", tenues par le GATT, qui ont traité plusieurs sujets liés à la question du CI (Commerce International), le dernier et le plus long cycle ; Uruguay Round (1986-1994), a débouché sur la création de l'OMC. Désormais, l'OMC (Organisation Mondiale du Commerce) est la seule organisation internationale qui s'occupe des règles régissant le commerce entre pays, elle se constitue de 161<sup>1</sup> membres (après l'adhésion du Seychelles le 26 Avril 2015), et des observateurs tels que l'Algérie.

Dans ce chapitre, nous rappellerons sur les circonstances historiques de la création du GATT, ses principes et ses travaux, ensuite, on va exposer les concepts clés en relation avec l'OMC, son rôle d'arbitrage et, enfin, les réprimandes qui ont été apportées à l'égard de l'institution de l'OMC.

### Section 1: Passage historique sur le GATT

Parmi les événements qui ont marqué l'humanité durant le 20<sup>ème</sup> siècle, les deux guerres mondiales qui ont eu des conséquences désastreuses sur le monde dans tous les domaines entre autre le commerce mondial. Pour affronter ce problème, il fut création du GATT (General Agreement on Tariffs and Trade).

Cette dernière sera le sujet à aborder durant cette section qui traitera l'apparition, les principes et les travaux les plus marquants de cet accord.

---

<sup>1</sup> [Www.OMC.org](http://www.OMC.org), Liste des Membres et Observateurs, 2015, date de consultation: 27 octobre 2014

## 1.1: Naissance et principes du GATT

Cette partie sera consacrée aux circonstances et au développement des événements historiques qui sont liés à l'apparition du GATT et aux principes qui la régie.

### 1.1.1. Naissance du GATT

La raison qui à pousser à la signature de l'accord du GATT en 1947<sup>2</sup> est la même que celle qui à conduit à la conférence de Breton Woods en 1944, qui est le désastre résultant de la 1<sup>ère</sup> et la 2<sup>ème</sup> guerre mondiale. Les années 30 sont marquées par une succession de crises économiques nationales mais elles représentent surtout un échec économique international. De la même façon que les architectes du système de Breton Woods envisageaient de rétablir le système monétaire international sur des bases solides, l'objectif du GATT est de réduire les barrières douanières et d'aboutir les politiques commerciales discriminatoires. A l'opposé de l'inaction qui suit la 1<sup>ère</sup> guerre mondiale, les relations commerciales reprennent donc la façon encourageante dans l'après guerre

Un comité préparatoire des nations unies composé de quelque 50 pays se réunit à Genève (Suisse) pour créer une Organisation International du Commerce (OIC). En marge de cette réunion, 23 pays qui représentent 80% du CI décidèrent de négocier la réduction et la consolidation des droits de douane. La seconde guerre mondiale venait tout juste de s'achever, et ils souhaitaient promouvoir sans tarder la libéralisation du commerce pour empêcher que les concessions tarifaires ne soient compromises par des restrictions commerciales, les parties contractantes originaires signèrent, le 30 octobre 1947, l'Accord Général sur les Tarifs et le Commerce(GATT), à titre provisoire, dans l'attente de l'OMC. Cette première série de négociations commerciales a abouti à 45000<sup>3</sup> concessions tarifaires portant sur un cinquième du commerce mondiale

En 21 novembre 1947, à la Havane (Cuba), les délégations de 56 pays entament les négociations sur le projet de charte de l'OIC. La charte est signée en mars 1948.

Mais sa ratification par les parlements nationaux s'avéra impossible dans certains pays. La principale opposition émanait du Congrès des États-Unis, alors que le gouvernement américain avait milité très activement en faveur de l'OIC. En 1950<sup>4</sup>, le gouvernement des

<sup>2</sup> Gérard Marie Henry : L'OMC, Studyrama, France, 2006, p43-44

<sup>3</sup> Chehrit Kamal, L'OMC, Synthèse et présentation, 3<sup>ème</sup> édition : Grand-Alger-Livres, Alger, 2007, p13

<sup>4</sup> Document : comprendre l'OMC, 2011, p 15-16 ; In, Wto.org, date de consultation 27 octobre 2014

États-Unis annonça qu'il ne demanderait pas au Congrès de ratifier la Charte de La Havane, ce qui signifiait en pratique la mort de l'OIC. Le GATT est alors devenu le seul instrument multilatéral régissant le commerce international.

### 1.1.2. Les principes de base du GATT

Le GATT fonctionne comme « un forum permanent » entre des parties contractantes dont l'objectif est de permettre une concurrence commerciale loyale entre nations et de soutenir la libéralisation des échanges.

Les principes de base qui ont fondé le GATT sont d'ordre de trois et elles sont expliquées par des auteurs économiques de la manière suivante:

- La clause de la nation la plus favorisée : c'est une règle principale selon laquelle toute concession commerciale accordée à une économie est automatiquement étendue aux autres, « Aucune politique commerciale d'un Etat membre ne doit privilégier ou léser un pays en particulier. Théoriquement, tout avantage commercial négocié entre deux pays membres du GATT doit immédiatement être étendu à tous les autres » (article 1 du GATT)<sup>5</sup>.
- La transparence fondée sur l'obligation pour les Etats de notifier les mesures commerciales adoptées.
- La consolidation qui signifie que, lorsque par exemple, un droit de douane a été abaissé, il ne peut plus être augmenté, plus largement pour s'asseoir la libéralisation des échanges, tout accession d'un nouveau pays au GATT s'accompagne de sa part d'une offre de baisser les tarifs<sup>6</sup>.

## 1.2: Les rounds de négociation durant le GATT

De 1947 à 1994, huit cycles de négociation sont organisés entre parties contractantes au sein du GATT afin d'atteindre ses objectifs.

Ces rounds marquent son histoire : Genève (Octobre 1947, 23 pays), Annecy (Avril, Aout 1949, 33 pays), Torquay (Septembre 1950- Avril 51, 34pays), Genève (Janvier- Mai 1956, 22

<sup>5</sup> Gérard Marie Henry : Op-cité, p53

<sup>6</sup> Betrand Blacheton , sciences économiques, Dunod,Paris,2009,p212

pays), Dillon (Septembre 1960- Juillet 61, 35 pays), Kennedy (Mai 1962- Juin 1967, 48 pays), Tokyo (Septembre 1973- Avril 1979, 99 pays) et Uruguay (Septembre 1986- Avril 1994, 125 pays).

Les premières négociations se sont concentrées sur la baisse des droits de douanes : les tarifs douaniers moyens des pays industrialisés sont divisés par trois entre la fin des années 1940 et le début des années 1960. Par la suite, tout en prolongeant le mouvement de réduction des droits de douanes, l'accent est mis sur le démantèlement des protections non tarifaires sans succès lors du Kennedy Round mais avec plus de réussite lors du Tokyo Round.

Vers le milieu des années 60, le Kennedy Round a abouti à l'Accord antidumping du GATT et à une section sur le développement. Dans les années 70, le Tokyo Round a été la première tentative majeure visant à remédier aux obstacles au commerce, autres que les droits de douane et à améliorer le système<sup>7</sup>.

Mais, la chose la plus marquante durant ces rounds c'est qu'ils ont donné une part importante pour la réduction des droits de douane, autrement dit, l'encouragement du libre échange en faveur des pays développés (PD) et en détriment des pays en voie de développement (PVD).

Le tableau ci-dessous récapitule les différents cycles de négociations commerciales menés par le GATT<sup>8</sup> :

**Tableau n°01: Les Cycles de négociations commerciales du GATT**

Année	Lieu/appellation	Domaines couverts	Pays participants
1947	Genève	Droits de douane	23
1949	Annecy	Droits de douane	12
1951	Torquay	Droits de douane	38
1956	Genève	Droits de douane	26
1960-1961	Genève (Dillon Round)	Droits de douane	26
1964-1967	Genève (Kennedy Round)	Droits de douane et mesures antidumping	62

<sup>7</sup> Chehrit Kamal, op-cité, p12

<sup>8</sup> Document : comprendre l'OMC, op-cité, p16, date de consultation 5 novembre 2014



1973-1979	Genève (Tokyo Round)	Droits de douane, mesures non tarifaires et "accord-cadre"	102
1986-1994	Genève (Uruguay Round)	Droits de douane, mesures non tarifaires, règles, services, propriété intellectuelle, règlement des différends, textiles, agriculture, établissement de l'OMC, etc.	123

Source : Document : comprendre l'OMC

### 1.3: L'Uruguay Round et naissance de l'OMC

Il est considéré comme le plus long et le plus ambitieux des cycles. Il a duré sept ans et demi, presque deux fois plus que ce qui avait été prévu, en plus, il a permis de réaliser la plus grande réforme du système commercial mondial depuis la création du GATT. Lors de la phase finale, 123 pays y ont participé.

Les ministres du Commerce des pays membres du GATT lancent la huitième série de négociation multilatérale à Punta del Este (Uruguay) en septembre 1986. Les négociations devaient permettre d'élargir le système commercial à plusieurs nouveaux domaines, en particulier, le commerce des services et la propriété intellectuelle, et de réformer le commerce des produits sensibles qu'étaient les produits agricoles et les textiles. Tous les articles du GATT initial devaient être réexaminés, pour cela les Ministres se sont accordé un délai de quatre ans pour les mener à bien.

Deux ans plus tard, en décembre 1988, les Ministres se sont de nouveau réunis à Montréal (Canada) pour préciser le programme de travail pour les deux années restantes, mais les discussions ont conduit à une impasse qui a duré jusqu'au moment où les hauts fonctionnaires se sont retrouvés en avril de l'année suivante à Genève pour débattre plus sereinement.

Le 15 décembre 1993, jamais les négociations n'ont encore couvert un nombre aussi important de thèmes, qui devait faire progresser le revenu mondial de 500<sup>9</sup> milliards de dollars d'ici à l'an 2005.

Les droits de douane sont finalement abaissés de 38 %<sup>10</sup> en moyenne sur les produits industriels importés par les pays développés. Sur l'agriculture, un accord (*Blair House*) a été signé en novembre 1992 entre la CEE (Communauté économique européenne) et les États-Unis sans passer par les instances du GATT. Un accord général a aussi été signé sur les services qui reprennent les grands principes fondateurs du GATT comme clause de la nation la plus favorisée, mais sa portée est limitée en raison de délais d'application et de l'exclusion de certains secteurs.

En conséquence, le résultat le plus marquant et le plus important de l'Uruguay Round est la création de l'OMC (Organisation Mondiale du Commerce) qui a substitué le GATT lors de la réunion ministérielle de Marrakech (Maroc) en avril 1994 et sa mise en place a été le 1<sup>er</sup> Janvier 1995.

L'idée de l'OMC est de faire participer le plus grand nombre de pays au CI en démantelant les barrières aux échanges, elle fournit un cadre légal pour l'application des accords du GATT. A noter qu'à l'inverse du GATT qui s'occupe seulement des marchandises, l'OMC inclut tout ce qui concerne le commerce (y compris les services, la propriété intellectuelle...etc.). Alors, ce passage d'un accord à une organisation a favorisé l'harmonisation de l'activité commerciale et la libéralisation des échanges à l'échelle planétaire.

---

<sup>9</sup> Chehrit Kamal, op-cité, p15

<sup>10</sup> Bertrand Blacheton ,Op-cité, p213

## Section 2: Généralités sur l'OMC

Derrière chaque organisme international, il y a des raisons et des circonstances qui ont poussé à leur création. Cette dernière est une décision prise généralement par un groupe de pays (souvent les pays développés) afin de faire face à une situation quelconque jugée défavorable pour leurs économies, ou pour prêter un coup de main pour les pays en voie de développement notamment par le financement.

Parmi ces organismes mondiaux, il y a l'OMC comptant parmi les organisations internationales la plus jeune, et qui est considérée comme l'une des organisations la plus influente à l'échelle planétaire. Dans ce contexte, qu'est ce que l'OMC et qu'elle est son utilité ? A quoi se résume son mécanisme, son influence et les nouveautés apportées par rapport au GATT ? Enfin, rien n'est parfait, alors en quoi consiste ses imperfections ?

### 2.1: Définition et rôle de l'OMC

L'Organisation Mondiale du Commerce (OMC), en anglais World Trade Organization (WTO), est entrée en fonction le 1<sup>er</sup> janvier 1995, en succédant à l'Accord Général sur le Commerce et les Tarifs (GATT). Contrairement au GATT, l'OMC est une « vraie » organisation internationale au sens du droit international. Sa fonction principale, tout comme le GATT, est de gérer le système commercial multilatéral. L'OMC est souvent présentée comme une institution de libéralisation commerciale appliquant la doctrine du libre - échange.<sup>11</sup>

L'OMC représente un ensemble de textes et d'accords juridiques, alors elle est chargée d'établir et de faire respecter, par la concertation entre les pays membres, les règles du commerce international.

Selon Bertrand Blacheton, l'OMC possède quatre grandes missions<sup>12</sup> qui lui sont confiées, il s'agit de:

- Assurer la mise en place des accords conclus dans le cadre de l'Uruguay Round.

<sup>11</sup> Mehdi Abbas, Du GATT à l'OMC. Un bilan de soixante ans de libéralisation des échanges, Université Grenoble France, Septembre 2007, P1, date de consultation 6 novembre 2014

<sup>12</sup> Bertrand Blacheton, Op-cité, p212.

- Constituer un cadre permanent de négociations commerciales internationales
- Examiner régulièrement les politiques commerciales des États membres pour réduire les obstacles aux échanges.
- Instaurer une procédure nouvelle de règlement des différends

## **2.2: Principes de l'OMC**

Les Accords de l'OMC sont longs et complexes parce que ce sont des textes juridiques qui portent sur une large gamme d'activités. Mais ils s'articulent tous autour de quelques principes fondamentaux simples qui constituent la base du système commercial multilatéral comme chaque organisme mondial.

Les principes qui régissent l'OMC sont développés de la manière qui suit :

### **2.2.1. Un commerce sans discrimination (principe d'égalité)**

Ce principe d'égalité se compose de deux clauses qui se succèdent :

#### **A : Clause de la nation la plus favorisée (NPF)**

Cette clause stipule que tout avantage commercial accordé par un pays à un autre doit être accordé à la totalité des membres de l'OMC<sup>13</sup>. Autrement dit, il y a interdiction d'établir la discrimination entre les partenaires commerciaux. Si, par exemple, un pays accord un service au profit d'un autre pays en lui abaissant les droits de douane perçu sur un de ses produits, il doit le faire pour tous les autres membres de l'OMC.

Quelques exceptions sont autorisées, à titre d'exemple, des pays peuvent conclure un accord de libre-échange qui s'applique uniquement aux marchandises échangées à l'intérieur du groupe ce qui établit une discrimination contre les marchandises provenant de l'extérieur comme l'Union Européenne (UE). Ou bien, ils peuvent accorder un accès spécial à leurs marchés aux pays en développement (les accords d'association entre l'Algérie et l'UE). De même, un pays peut élever des obstacles à l'encontre de produits provenant de tel ou tel pays, qui font l'objet, d'après lui, d'un commerce inéquitable (tel que des procédures établies par USA à l'égard des produits chinois pour cause de qualité).

---

<sup>13</sup> Kamal Chehrit, l'OMC, Alger livres éditions, Alger, 2007, p38

Dans le domaine des services, les pays peuvent, dans des circonstances limitées, recourir à la discrimination<sup>14</sup>.

### **B: Traitement national**

Au titre de ce principe, les produits ou services importés sur le territoire d'un membre ne doivent pas subir un traitement moins favorable que celui réservé aux produits et services nationaux<sup>15</sup>. Le traitement national s'applique uniquement une fois qu'un produit, service ou élément de propriété intellectuelle, a été admis sur le marché. Par conséquent, le prélèvement de droits de douane à l'importation n'est pas contraire à ce principe même lorsqu'aucune taxe équivalente n'est perçue sur les produits de fabrication locale<sup>16</sup>.

#### **2.2.2. La bonne foi**

Cette dernière renferme quatre formes, présentées dans ce qui suit:

##### **A: La consolidation**

La consolidation marque la fermeté des engagements pris. Ainsi les offres présentées par les membres et acceptées par les autres prennent la valeur juridique des traités internationaux<sup>17</sup>.

Si un membre décide de revenir sur un engagement d'ouverture de son marché ou refuse de se soumettre à une décision de l'organisme des différends, il doit octroyer aux partenaires lésés une compensation d'importance commerciale équivalente. A défaut, il encourt le risque de voir l'OMC autoriser ses partenaires lésés à lui retirer une concession de même ampleur, c'est-à-dire à autoriser des rétorsions.

Les règles de consolidation sont fixées pour le commerce des biens, mais doivent encore être déterminées pour ce qui relève du commerce des services qui soulève des difficultés spécifiques.

<sup>14</sup> Document : comprendre l'OMC, 2011, p 11, in ; wto.org, date de consultation 6 novembre 2014

<sup>15</sup> Kamal Chehrit, l'OMC, op-cité, p38

<sup>16</sup> Document : comprendre l'OMC, op-cité, p 11

<sup>17</sup> Kamal Chehrit, op-cité, p39

## **B : La transparence**

L'obligation de transparence vise à garantir un accès facile aux informations réglementaires et administratives influençant les conditions des échanges internationaux, en obligeant, entre autre, des publications<sup>18</sup>.

Elle fait l'objet d'un principe général dans le cadre de l'accord général sur le commerce des services (AGCS) et de nombreuses clauses spécifiques dans divers accords de l'OMC.

## **C : La protection par les tarifs**

Comme le GATT, l'OMC proscrit, sous réserves de nombreuses exceptions, l'utilisation de mesures autre que tarifaires pour assurer la protection du marché national. Il est préférable de fixer un droit de douane élevé plutôt que de limiter les quantités autorisées à l'importation<sup>19</sup>.

## **D : L'interdiction des protections déguisées**

Les accords de l'OMC entendent toutefois limiter les risques d'entraves au commerce, et c'est pourquoi, ils énumèrent les catégories de protection admises. L'OMC reconnaît la légitimité des mesures visant la protection de la santé ou la préservation de l'environnement. Mais, ces domaines sont des points sensibles et sujets à conflits, comme le montrent les questions de sécurité alimentaire ou les questions de sécurité des personnes<sup>20</sup>.

Par ailleurs, les accords traitant la réglementation technique, tant en matière industrielle Obstacles Techniques au Commerce (OTC) que de services (AGCS) ou d'agriculture Accord sur l'application des mesures Sanitaires et Phytosanitaires (SPS), encourageaient les Etats à fonder leurs pratiques réglementaires sur des normes internationales et exigent de proportionner les restrictions au commerce à ce qui est nécessaire pour réaliser les objectifs politiques poursuivis.

### **2.2.3. Les dérogations**

Les dérogations sont accordées par une décision de la Conférence ministérielle ou du Conseil général. Elles sont réexaminées chaque année<sup>21</sup>.

---

<sup>18</sup> Ibid, p40

<sup>19</sup> Ibid-dem

<sup>20</sup> Ibid-dem

<sup>21</sup> Ibid, p40-41-42

## **A : Traitement spécial et différencié des pays en voie de développement**

Suite à l'instabilité et la fragilité des situations économiques des PED, les règles sont alors adaptées à eux pour qu'ils ouvrent leurs marchés.

## **B : Les exceptions**

Chaque pays a le droit d'interdire l'échange commercial avec un autre pays dans les cas suivants : la protection de la santé ou la sécurité des personnes (l'interdiction aux personnes venues des pays atteints du Virus Ebola d'entrer aux Etats Unies), la protection de la vie et de la santé animale (les mesures prises pour lutter contre la propagation de la Grippe aviaire), la préservation des végétaux et de l'environnement et la sécurité nationale.

## **C : Les sauvegardes**

Les sauvegardes autorisent à recourir à des mesures de tarification ou de restriction pour écarter une menace grave affectant l'équilibre de son marché domestique.

## **D : Antidumping**

Selon l'article VI du GATT et l'article I et II de l'accord antidumping, le dumping est une forme de discrimination en matière de prix qui se produit lorsque le prix d'un produit, lorsqu'il est exporté dans un autre pays, est inférieur au prix de ce même produit vendu sur le marché du pays exportateur.

## **E : Les subventions et les droits compensateurs**

Les subventions à l'économie sont encadrées par les accords de l'OMC. Si un membre s'estime défavorisé par les subventions qu'accorde un autre membre à un secteur particulier, il peut demander l'octroi des droits compensateurs destinés à réparer le préjudice subi.

### **2.2.4. Les pénalités**

L'OMC n'a pas seulement un pouvoir de décision, mais elle possède aussi celui des sanctions. Lors d'un conflit entre deux ou plusieurs membres, les parties en litige peuvent choisir entre deux voies<sup>22</sup> :

-La voie amiable qui consiste à négocier des compensations équivalentes mutuellement acceptées.

---

<sup>22</sup> Ibid-dem, p42-43

-La voie contentieuse qui consiste à engager une procédure devant l'Organe de règlement des différends (ORD).

## **2.3: Organisation et fonctionnement de l'OMC**

L'OMC est une organisation internationale à caractère économique. Les Etats membres mènent toutes les négociations commerciales multilatérales dans son seul cadre. Cette partie sera consacrée, en premier lieu, à l'organisation de l'OMC et, en second lieu, à son fonctionnement.

### **2.3.1. L'organisation de l'OMC**

L'organigramme de l'OMC (voir l'annexe 01) est composé des éléments ci-dessous<sup>23</sup> :

#### **A : La conférence ministérielle**

La conférence ministérielle est considérée comme l'autorité suprême de l'OMC. Elle est composée de représentants de tous les membres, elle doit se réunir au moins une fois tous les deux ans dans des lieux différents. Elle est facilitée à prendre des décisions sur toutes les sujets relevant de tout accord commercial multilatéral.

#### **B : Le conseil général**

Le conseil général exerce les fonctions de la conférence ministérielle entre ses réunions sur lequel est composé de représentants des Etats-membres. Il se réunit autant que nécessaire (généralement tous les deux mois) à Genève. Le conseil général se réunit également sous deux formes : tant qu'ORD et en tant qu'organe des examens des politiques commerciales de l'OMC.

#### **C: L'organe de règlement des différends et l'organe d'examen des politiques commerciales**

Le conseil général se réunit suivant les circonstances, pour s'enquérir des fonctions de l'ORD. Ce dernier a son propre président et son règlement intérieur.

---

<sup>23</sup> Ibid-dem, p22-23-24



## **D : Les conseils**

Le Conseil du Commerce et des Marchandises (CCM), le Conseil du Commerce des services (CCS) et le Conseil des ADPIC (Aspects des droits de propriété intellectuelle liés au commerce) agissent sous la conduite du Conseil général et ces trois conseils sont chargés de superviser l'application et le fonctionnement de leurs accords respectifs.

## **E : Les comités**

Les comités se sont des membres qui peuvent y participer en fonction de leur intérêt. Ils sont chargés de préparer les négociations sur les thèmes concernés tels que l'accès aux marchés, l'agriculture, les mesures sanitaires, pratiques antidumping...etc.

### **3.3.2. Le fonctionnement de l'OMC**

L'OMC est conduite par les gouvernements Membres. Toutes les grandes décisions sont prises par l'ensemble des Membres, soit au niveau des ministres (qui se réunissent normalement au moins tous les deux ans), soit au niveau des ambassadeurs ou des délégués (qui se rencontrent régulièrement à Genève)<sup>24</sup>.

L'OMC sert de cadre à ces négociations et prépare les réunions interministérielles entre les membres de l'organisation.

Au sein de l'OMC, les règles doivent être respectées par les affiliés et chacun d'eux possède une voix quelque soit son poids politique et économique puisque l'OMC est fondée sur le principe de l'égalité des Etats. Il s'agit de la règle « un Etat= une voix », dans ce cas, les décisions sont prises par consensus. Le secrétariat de l'OMC ne prend pas de décisions, mais les compromis qui s'y établissent traduisent le choc des diplomaties commerciales de ses membres.

Les pouvoirs transmis à l'OMC sont immenses, elle est la seule institution internationale capable de sanctionner les Etats, la quasi totalité des pays de la planète en sont membres (161 pays) et ses domaines d'intervention s'étendent continuellement.

---

<sup>24</sup> [www.wto.com](http://www.wto.com), date de consultation: 11 novembre 2014

## 2.4: L'accession à l'OMC

Le nombre de pays engagé dans le processus d'accession à l'OMC montre qu'elle exerce un effet d'attraction et ce malgré les difficultés que rencontre le cycle actuel de négociations. A noter, que l'OMC fonctionne selon une logique du club auquel il est nécessaire de payer « un ticket d'entré » si un pays souhaite en devenir membre. Les décisions relatives à l'accession seront prises par la conférence ministérielle à une majorité des deux tiers.

La présente partie sera réservée aux conditions d'accès à cet organisme et au chemin que les pays désirant y accéder doivent parcourir.

### 2.4.1. Les déterminants d'accession à l'OMC

Tout pays souhaitant adhérer à l'OMC devait le faire au titre de l'article XII régissant l'accession à l'OMC qui stipule<sup>25</sup> :

**A:** Tout Etat ou territoire douanier distinct jouissant d'une entière autonomie dans la conduite de ses relations commerciales extérieures et pour les autres questions traitées dans le présent accord et dans les Accords commerciaux multilatéraux pourra accéder au présent accord à des conditions à convenir entre lui et l'OMC. Cette accession vaudra pour le présent accord et pour les accords commerciaux multilatéraux qui y sont annexés.

**B:** Les décisions relatives à l'accession seront prises par la Conférence ministérielle. La Conférence ministérielle approuvera l'accord concernant les modalités d'accession à une majorité des deux tiers des Membres de l'OMC.

**C:** L'accession à un accord commercial plurilatéral sera régie par les dispositions dudit accord.

### 2.4.2. Le processus de l'accession à l'OMC

Alors que l'accession à l'ONU (Organisation des Nations Unies) ou à des organisations régionales se fait de façon quasi automatique et dans des délais assez courts, l'accession à l'OMC est une procédure complexe et sans limite de durée. L'OMC étant une

---

<sup>25</sup> Mehdi Abbas, L'accession à l'OMC : Quelles stratégies pour quelle intégration à la mondialisation ?, Université Pierre Mendès France, septembre 2009, p 2-3, date de consultation 15 novembre 2014

organisation pilotée par ses membres, l'existence d'une procédure unifiée et codifiée ne conduit pas nécessairement à un schéma standardisé d'accession mais plutôt à une procédure au cas par cas.

**A:** La première phase est consacrée à la récolte d'informations sur le régime commercial du requérant. Elle répond à deux objectifs :

-Clarifier les changements que le pays en accession serait amené à entreprendre afin de rendre son système de régulation économique compatible avec les dispositions des Accords de l'OMC.

-Fournir une base concrète aux négociations sur l'accès au marché pour les biens et les services.

C'est durant cette phase que le requérant doit présenter son mémorandum sur le commerce extérieur et répondre à l'ensemble des questions écrites que lui posent les membres. Le mémorandum récapitule et synthétise non seulement les régulations du commerce extérieur mais l'ensemble des législations du pays en matière économique.

**B:** La deuxième phase, qui débute lorsque l'examen du régime de commerce extérieur est suffisamment avancé, est à proprement parler consacrée aux négociations des termes de l'accession, c'est-à-dire aux concessions en matière d'accès au marché du requérant. En pratique, les travaux d'investigation sur le régime de commerce extérieur et la phase des négociations peuvent se chevaucher et progresser en parallèle.

Les négociations en rapport avec les systèmes de régulation en matière de commerce des biens et services et en matière de droit de propriété intellectuelle (ADPIC) sont menées de façon multilatérale au sein du groupe de travail. Les consultations et négociations concernant les soutiens agricoles et les subventions à l'exportation ont lieu de façon plurilatérale au sens où le résultat de la négociation ne s'applique qu'aux pays qui y ont participé. Les négociations sur l'accès au marché ont lieu dans un cadre bilatéral. Concernant les biens, l'objectif de la négociation est d'arriver à un accord sur les tarifs plafonds que le candidat se déclare prêt à respecter après son adhésion. Concernant les services, la négociation ne concerne pas seulement les limitations d'accès au marché pour les services et les fournisseurs de services, mais également les limitations concernant le traitement national et les exemptions de la clause de la nation la plus favorisée.

Le processus comporte un biais en faveur des pays du groupe de travail qui ont l'exclusivité de la proposition. Le requérant doit prouver aux membres sa capacité à se mettre en conformité avec les dispositions de l'OMC et à réduire le niveau de protection de son économie. Il n'est pas prévu qu'il demande aux membres de l'OMC de faire de même. Si ces derniers estiment que les offres du requérant sont insuffisantes, ils sont en mesure de reconduire la négociation et donc de reporter l'accession. Par ailleurs, le mode opératoire des questions-réponses renforce le biais en faveur du groupe de travail d'un double point de vue.

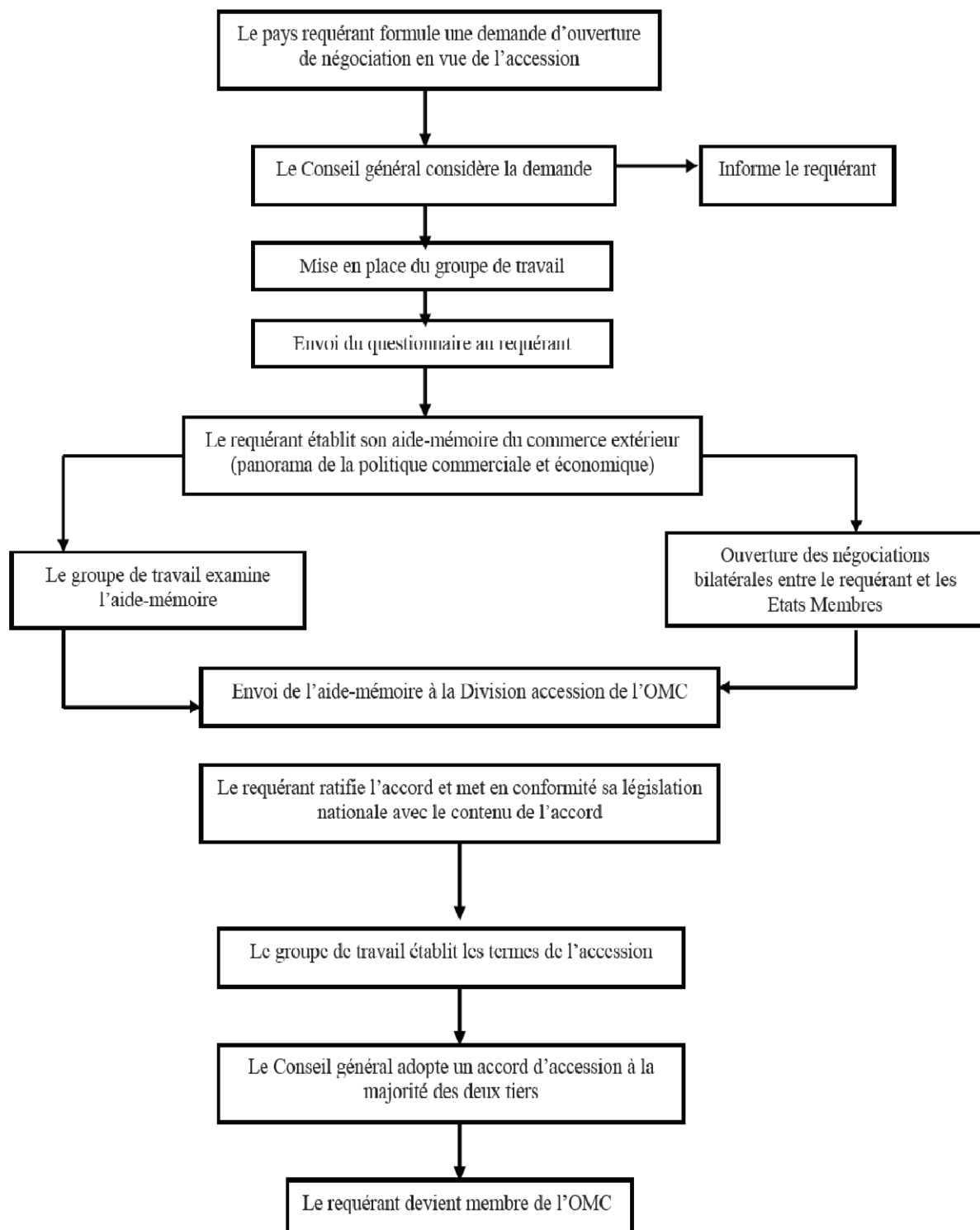
D'une part, il exclut tout critère d'évaluation autonome des engagements du requérant vis-à-vis de la norme multilatérale puisque la crédibilité des offres et des engagements du requérant dépend entièrement de la relation établie avec les pays du groupe de travail durant l'itération. D'autre part, le mode des questions-réponses amplifie l'effort d'ajustement que doit fournir le pays candidat au fur et à mesure qu'un problème est soulevé par le groupe de travail. Cela a pour effet indirect de complexifier l'économie politique domestique de l'accession puisque les autorités sont amenées à reconsidérer les compromis internes de départ<sup>26</sup>.

---

<sup>26</sup> Ibid-dem

Le schéma suivant illustre les différentes phases d'accessions à l'OMC<sup>27</sup>:

**Schéma n°01: Les étapes successives prévues par le protocole d'accession à l'OMC**



Source: Mehdi Abbas, 2008

<sup>27</sup> Conférence: Mehdi Abbas, Le processus d'accession à l'OMC, Une analyse d'économie politique appliquée à l'Algérie, Université Mentouri, Constantine, 22 novembre 2008, p3

### Section 3: L'Organe de Règlement des différends

L'Organe de règlement des différends est l'une des innovations importantes introduites par l'OMC par rapport au GATT.

L'ORD est un organe quasi-judiciaire, créateur d'une nouvelle source de droit. Il est autorisé à sanctionner financièrement les États (les rétorsions commerciales). Un tel pouvoir est unique dans le droit international<sup>28</sup>.

Ce mécanisme est perçu comme un facteur d'équité dans le système commercial, cependant, il reste difficile d'accès pour les pays les moins avancés

La multiplicité des types de protection et des positions des pays membres de l'OMC ont amené à des désaccords de plus en plus nombreux au sein de la communauté internationale. Le rôle d'arbitre de l'OMC est joué par l'ORD. Depuis 1995, date de sa création, on assiste à une augmentation du nombre de recours à l'ORD comme les nombreux conflits qui existent entre les États-Unis et l'Europe (notamment sur les questions agricoles ou dans le secteur Aéronautique entre Airbus et Boeing). Ces différends portent essentiellement sur des conflits en rapport avec des attitudes protectionnistes non tarifaires.

#### 3.1: Procédure de règlement des différends

Les étapes qui constituent le processus de règlement des différends sont expliquées par l'enchaînement suivant<sup>29</sup> :

-La partie plaignante adresse une demande de conciliation au membre responsable qui doit répondre à cette plainte dans un délai de 10 jours.

-Le membre responsable devra mener des consultations transparentes au moins de 30 jours à compter de la demande.

-Dans le cas où le membre offensé (la partie accusée) ne donne aucune réponse, dans un délai de 30 jours, il pourra solliciter la désignation d'un groupe spécial.

A ce stade, chaque partie peut demander la médiation ou la conciliation du directeur général de l'OMC.

-En cas d'échec des consultations, et en l'absence de solution dans les 60 jours la partie plaignante pourra demander la constitution d'un groupe spécial.

---

<sup>28</sup> Bertrand Blacheton, sciences économiques, Dunod, Paris, 2009, p215

<sup>29</sup> Kamal Chehrit, l'OMC, Alger- livres éditions, Alger, 2007, p27, 28,29

-L'ORD doit constituer le groupe spécial au plus tard à la deuxième réunion, à laquelle il examine la demande. La composition du groupe doit être arrêtée dans un délai de 30 jours à dater de son établissement.

Le secrétariat de l'OMC établit une liste de personnalités, avec l'accord de l'OMC et de l'ORD.

En cas de pluralité de plaignants, il n'est généralement institué qu'un seul groupe, avec jonction des plaintes.

Le délai compris entre l'établissement d'un groupe spécial et la présentation du rapport aux membres ne devra pas excéder 9 jours.

### **3.2: L'organe d'appel**

L'appel est possible quand une affaire a été traitée par le groupe spécial<sup>30</sup>, il est composé de 7 personnes et désigné par l'ORD pour 4 années. Seules les parties prenantes au différend peuvent faire appel. Les 3 personnes siégeant pour chaque affaire, ont le pouvoir de statuer, c'est-à-dire confirmer, modifier ou infirmer les constatations et les conclusions juridiques du groupe spécial.

L'ORD surveille la mise en œuvre des recommandations ou des décisions adoptées.

Dans les 30 jours de l'adoption du rapport par le groupe spécial ou l'organe d'appel, le membre défendeur informe l'ORD de ses intentions quant à la mise en œuvre du contenu du rapport. Il peut obtenir un délai raisonnable, proposé par lui et accepté par l'ORD.

### **3.3: Principales étapes du règlement des différends**

La procédure de règlement de différends comprend plusieurs parcours à soumettre pour parvenir à régler le désaccord entre les parties qui sont touchées. Ces étapes sont à noter<sup>31</sup> :

#### **3.3.1. Consultation**

A ce stade, les parties en désaccord examinent le problème entre elles afin de trouver un règlement amiable au conflit.

---

<sup>30</sup> Ibid-dem, p29

<sup>31</sup> Ibid-dem, p29,30,31

### **3.3.2. Création d'un groupe spécial (panel)**

Le groupe spécial est en général constitué de trois personnes, proposées par le secrétariat de l'OMC. Il a pour mission d'examiner le problème porté devant l'ORD et de faire des constatations propres pour que l'ORD puisse formuler des recommandations.

### **3.3.3. Examen par le groupe spécial**

La plainte est examinée par le groupe spécial qui est composé de 3 ou 5 experts indépendants choisis en consultation avec les parties au différend. Le rapport final du groupe, contenant des constatations et des recommandations, devrait normalement être communiqué aux parties, dans un délai de 6 mois.

### **3.3.4. L'appel**

Toute partie au différend peut faire appel d'une décision du groupe spécial au prés de l'organe d'appel de l'OMC. Les procédures d'appel ne doivent pas, en général, durer de 60 jours et ne doivent en aucun cas dépasser 90 jours.

### **3.3.5. Adoption du rapport**

Dans cette phase, l'ORD adopte le rapport du groupe spécial 60 jours après sa publication. S'il y a appel, l'ORD adopte le rapport de l'organe d'appel 30 jours après sa publication et en même temps que le rapport du groupe spécial, à moins qu'il ne décide par consensus de ne pas adopter ces rapports.

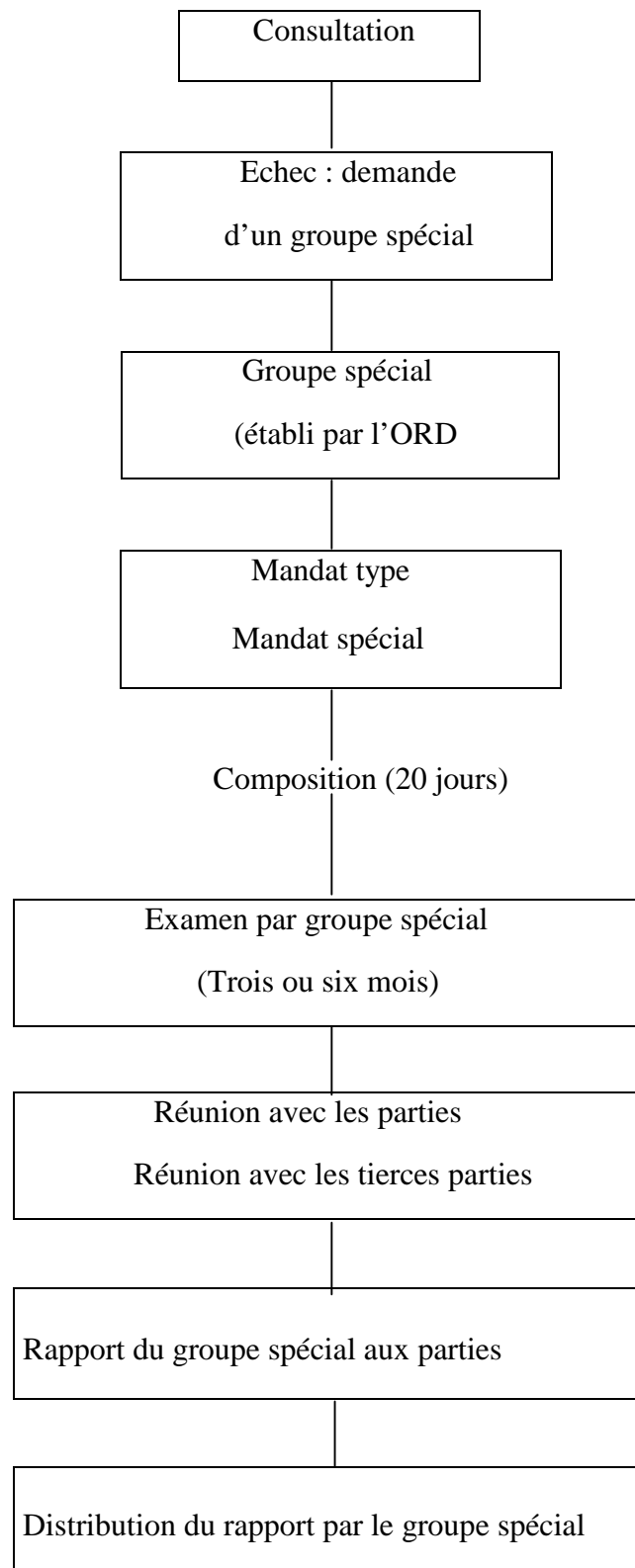
### **3.3.6. Mise en œuvre**

Ce point précise que 30 jours de l'adoption du rapport du groupe spécial ou du rapport de l'organe d'appel, la partie en cause doit former l'ORD de ses intentions au sujet de la mise en œuvre des recommandations. S'il est irréalisable pour lui de se conformer immédiatement à ces recommandations, le membre disposera d'un délai raisonnable pour le faire. S'il n'agit pas dans ce délai, il sera tenu d'engager des négociations avec le plaignant en vue de trouver une compensation. Si aucune compensation satisfaisante n'est convenue, le plaignant peut demander à l'ORD l'autorisation de suspendre, à l'égard de l'autre partie, l'application de concession ou d'autres obligations.



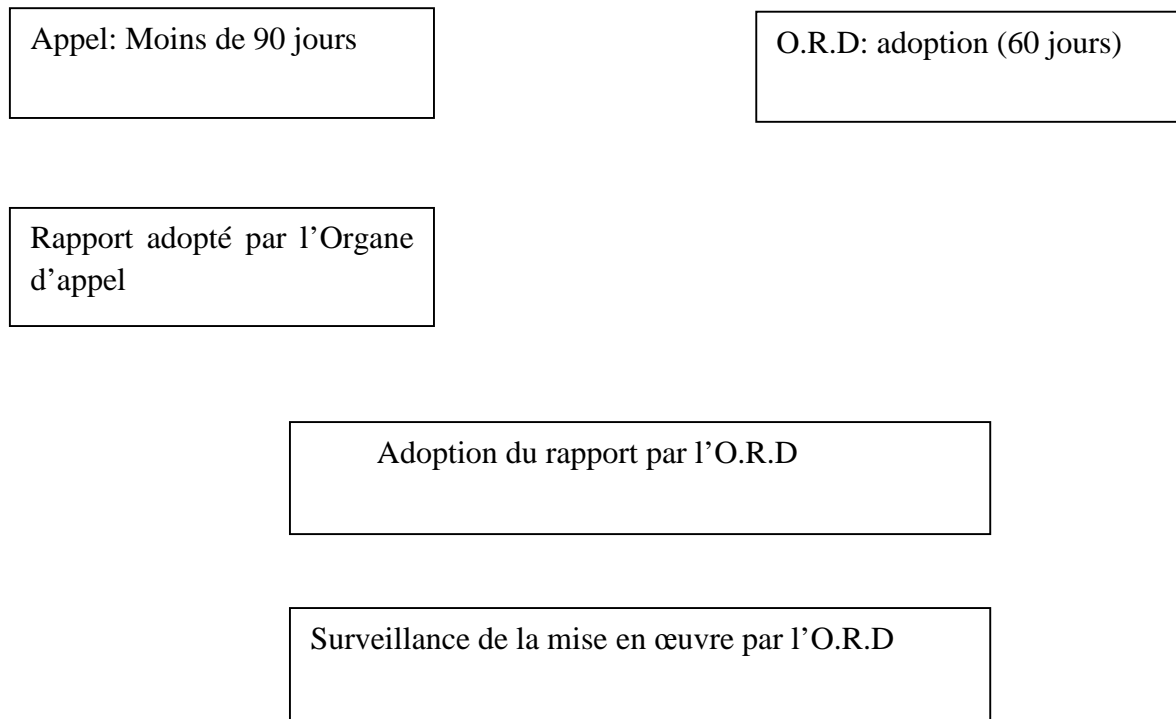
Le schéma suivant résume ces étapes comme suit<sup>32</sup>:

**Schéma n° 02: L'Organe de Règlement des Différents**

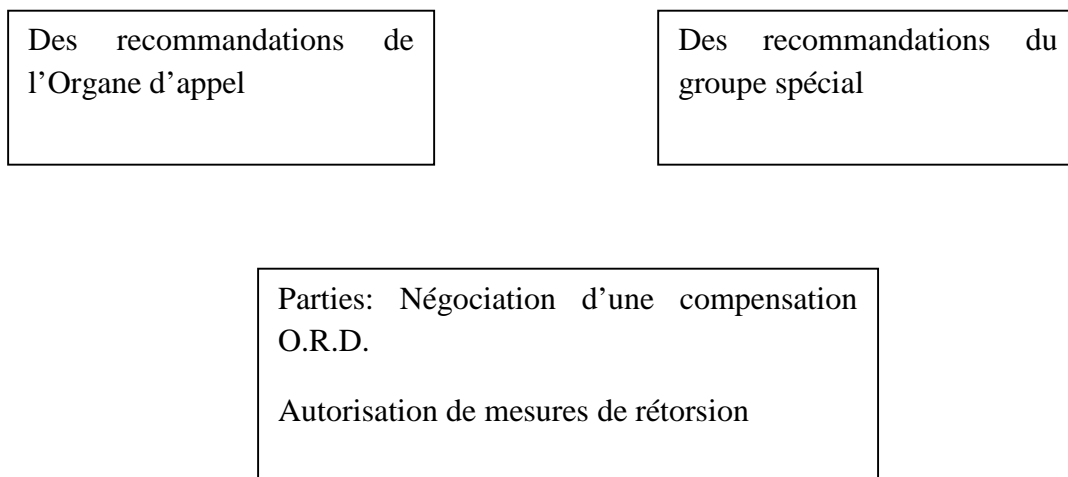


<sup>32</sup> Ibid-dem, p 126-127

**(Suite du schéma n°02)**



(Délai raisonnable)



30 jours après l'expiration du délai raisonnable

Source: Kamal Chehrit, 2007

## **Section 4: Les limites de l'OMC**

Depuis sa création, le rôle et la légitimité de l'OMC sont l'objet de vifs débats : Le système instauré par l'OMC n'a-t-il pas été conçu par et pour le bénéfice des pays les plus riches ? Les règles qu'elle préconise ne favorisent-elles pas plus les intérêts économiques des multinationales que l'intérêt général des peuples ? L'encouragement du commerce mondial n'est-il pas été souvent au détriment des droits de l'humains et environnementaux ?

Le fonctionnement de l'ORD ne doit-il pas être évolué afin de faciliter son accès pour les PED ?

L'ensemble des questions posées précédemment mettent le point sur le mécanisme, le rendement, et la transparence de l'OMC.

Les critiques les plus attribuées à l'OMC sont l'objet de la présentation qui suit.

### **4.1: Les limites liées aux règlements des différends**

L'ORD est sans doute à l'origine des critiques les plus sévères essuyées pour l'OMC. D'une part, les démarches coûteuses demandant un niveau d'expertise élevée et des avocats spécialisés et qui doivent être à jour concernant les lois et règles du CI excluent du fait les pays les moins avancés, d'ailleurs un grand nombre des plaintes déposées sont faites par les pays les plus puissantes. D'autre part, le manque de transparence dans les décisions prises, dont les conséquences peuvent être si lourdes, pose question sur leur indépendance.

### **4.2: Les critiques assignées aux accords sur l'agriculture**

La libéralisation des échanges dans le secteur agricole oppose, d'une part, les États-Unis à l'UE et, d'autre part, les PED et pays émergents aux pays développés. Ces derniers refusent de supprimer les subventions à l'exportation ainsi que certaines aides agricoles, et de baisser les droits de douane à l'importation.

Les subventions à l'exportation des pays riches ont des effets catastrophiques sur les PED. Elles détruisent les marchés intérieurs en les inondant de produits bradés. Les productions nationales ne sont plus rentables et sont remplacées par des cultures d'exportation. La dépendance aux importations de produits de base s'accroît et remet en cause la sécurité alimentaire de ces pays.

Les PED considèrent qu'ils ont été floués par l'Accord Agricole. Il n'a pas permis une augmentation significative de leurs exportations et leur accès aux marchés des pays

développés s'est peu amélioré. Face aux efforts très insuffisants des pays développés, les PED, emmenés par les pays émergents (BRIC : Brésil, Russie, Inde, Chine,), bloquent l'avancée des négociations.

### **4.3: Firmes multinationales**

Les entreprises multinationales sont les acteurs ayant le plus d'intérêt à la libéralisation des échanges comme Nestlé ou Danone qui sont les premiers à avoir bénéficié de la libéralisation des marchés agricoles. Notamment, les normes de l'OMC sur le brevetage du vivant, qui ont rendu les affaires du géant des OGM l'américain Monsanto, bien plus simples. Organisées en lobbies plus ou moins puissants, ces entreprises multinationales ont un pouvoir de pression gigantesque sur les négociateurs de leurs pays.

Ce contrôle a été constaté par le CNUCED qui a confirmé dans un rapport que la libéralisation des services profitera essentiellement aux multinationales qui d'après le CNUCED dominent le marché mondial

### **4.4: Autres critiques**

L'image de l'OMC au niveau mondial est entachée de plusieurs autres restraints à l'instar de :

#### **4.4.1. L'augmentation des manifestations contre l'OMC**

L'augmentation des positions opposantes à l'égard de l'OMC notamment par les mobilisations de la société civile mondiale qui est de plus en plus présente et active lors des réunions officielles de l'OMC, et par les mouvements des ONG (Organisations Non Gouvernementales) et les syndicats. Le principe objectif derrière ces manifestations anti-OMC c'est de réduire les inégalités entre les pays accusant l'OMC de favoriser les pays développés et de faire augmenter la pauvreté dans les PED une chose qui a poussé l'OIT (Organisation internationale du travail), organisme des Nations Unies d'imposer le respect des droits sociaux fondamentaux à l'échelle internationale mais sans résultats car le fonctionnement de l'OMC est indépendant de l'OIT.

#### **4.4.2. Questions liées à la préservation de l'environnement**

Devant ces questions, il y a les problèmes liés à la préservation de l'environnement. Certes, les mesures visant la protection de l'environnement, de la santé et la sécurité humaine

sont admises par les règles de l'OMC, mais à condition qu'elles ne soient pas utilisées à des fins protectionnistes.

De ce fait, les associations de protection de l'environnement accuse cet organisme d'une part de responsabilité concernant la dégradation de l'atmosphère.

#### **4.4.3. La prise de décision**

L'OMC impose aux États de modifier leurs lois, règlements et procédures administratives pour les mettre en conformité avec les règles qu'elle édicte qui sont en faveur de l'économie de marché. Mais ses règles édictées par l'OMC, loin de résulter d'un processus démocratique, qui sont prises réellement par une minorité de puissants, alors que la majorité des États et des populations du monde ne sont même pas consultés ni même réellement informés, on peut même parler de la perte de la souveraineté nationale de ces dernières.

#### **4.4.4. Les conditions d'adhésion à l'OMC**

Les conditions d'accession à l'OMC sont qualifiées par des spécialistes de trop stricts. La procédure d'adhésion est complexe et sans limite de durée.

## Conclusion

Le système commercial a été régi depuis 1948 par l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) qui portait essentiellement sur le commerce des marchandises suite à une situation commerciale mondiale jugée critique par les grandes puissances, cet accord a duré jusqu'à le 1<sup>er</sup> janvier 1995, date de la fondation de l'OMC, cette dernière s'est imposée comme une organisation clé dans l'architecture économique internationale visant la libéralisation des échanges mondiaux.

C'est une organisation mixte, à la fois enceinte de négociations et juridiction internationale. Si elle n'a pas de pouvoirs propres en tant qu'enceinte de négociations, en revanche à travers l'Organe de Règlement des Différends (ORD), elle dispose de compétences sans équivalents.

Cependant, elle est le sujet de critiques de ses opposants qui d'après eux la réforme est indispensable en précisant que les négociations multilatérales doivent répondre au double principe d'égalité entre les Etats membres et de transparence.

D'après le site officiel de l'OMC, cette organisation regroupe la quasi-totalité des pays dans le monde à l'exception de quelques pays tels que l'Afghanistan, l'Azerbaïdjan, le Liban, la Libye, le Soudan, la Syrie, le Yémen, l'Iran, l'Irak, l'Ouzbékistan et l'Algérie. Cette dernière qui s'est mise à la poursuite de son « billet d'entrée » à cet organisme mondial depuis 1996 date de dépôt du premier mémorandum au près de lui.

Dans cette partie qui suit, nous aborderons les différents éléments liés au plan d'adhésion de l'Algérie à l'OMC.

## **CHAPITRE 02**

### **La démarche de l'Algérie pour l'accèsion à l'OMC**

## **Introduction**

Toute demande d'adhésion à l'OMC découle d'une décision souveraine des pays candidats. Et pour y accéder, une série de négociations sont menées entre ces pays et les membres de l'OMC afin d'assurer que cette adhésion sera mutuellement bénéfique. Pendant cette période, ce pays bénéficie du statut d'observateur auprès de l'OMC.

C'est le cas de l'Algérie qui mène ce qu'on qualifie de la plus longue démarche de négociation pour l'adhésion à l'OMC. Observateur depuis Juin 1987, l'Algérie a déposé officiellement à l'OMC son mémorandum (note) sur le commerce extérieur en juin 1996. Le dépôt de ce mémorandum constitue le premier acte de la procédure d'adhésion à cette organisation. Le cycle de négociation entre les deux parties compte 12 rounds jusqu'à nos jours et portent sur : l'agriculture, le régime douanier, le commerce d'Etat, la transparence, la réforme du système juridique et les ADPIC.

Ce présent chapitre sera consacré au traitement des objectifs que l'Algérie vise à atteindre derrière son accession à l'OMC, ainsi au déroulement des séries de négociations et les points de divergences entre les deux parties qui ont fait causés une succession de 12 rounds.

## **Section 1: Evolution de l'économie algérienne**

Après l'indépendance nationale en 1962, la première tache fut de rompre avec l'organisation sociale et économique inégalitaire prévalant à l'époque coloniale. De la planification jusqu'à l'économie de marché, l'économie algérienne a connu de multiples phases caractérisées par des transformations systématiques. C'est que nous allons étudier dans les points suivants.

### **1.1: La phase de planification**

L'Algérie a opté pour un système de planification qui, à partir de 1969, a été à la base de plans de développement étalé sur plusieurs années. La planification signifie une économie dans laquelle l'État met en œuvre divers moyens pour exercer une influence significative sur la production et sur la distribution de richesses c'est-à-dire un monopole sur l'économie.



En 1963-1966, les investissements entrepris dans le sillage de « plan d'urgence » sont modestes malgré la présence d'un ministère de l'industrialisation de ce secteur secondaire n'occupe pas une place importante (12,5%)<sup>1</sup> dans ses dépenses. Les exportations ne génèrent que des revenus relativement modestes. La réflexion sur le modèle de développement, le plus convenable, marque le pat à cause des graves dissensions entre les dirigeants du pays sur les questions légitimité et de démocratie, d'une part, et de la concentration des efforts des gouvernants sur les problèmes de gestion et de reprise en main (sous forme d'autogestion) de l'appareil de production (disloqué à la suite de l'exode de la population européenne), d'autre part.

Dès 1966, l'économie algérienne prenait une nouvelle direction, avec pour une préoccupation essentielle de mettre un terme à la désarticulation de l'économie et à sa domination par les intérêts étrangers inhérents au passé colonial du pays.

La construction d'une industrie de base, la réforme agraire et l'indépendance à l'égard de l'extérieur vont ainsi être les trois pivots de cette politique volontariste.

L'objet visé, en plus d'un contrôle national des richesses et des moyens, est l'élévation du niveau de vie de la population en offrant le maximum de possibilité d'emplois aux algériens.

Différents plans nationaux vont ainsi se succéder de 1967 à 1977. Le plan triennal 1967 -1969, élaboré par pouvoir politique autoritaire, plus déterminé, constitue un effort d'adaptation des structures socio-économiques et administratives, de type capitaliste, libéralo-coloniale, à un schéma centralisateur et collectivité. Bien que n'étant qu'une nomenclature d'investissement public, le plan 1967-1969 dévoile une préférence de structure, pour l'industrie de base et les activités liées aux hydrocarbures où prévaut les nouveaux avantages comparatifs de l'Algérie, au détriment des mines et de l'agriculture (en voie régression). C'était en 1970 que le système de planification connaît une mutation qualitative, source de pesanteurs dans lesquelles l'économie est engluée, à ce jour.

Le premier plan quadriennal (1970-1973) est le point de départ de la planification socialiste (à laquelle contribuent des économistes polonais); il pose les jalons de la bureaucratie économique algérienne et de sa culture. Les collectivités locales, les entreprises publiques et les ministères de tutelle convient des projets d'investissement qu'il sélectionne à partir de critères socio-économiques (comme l'emploi, la valeur ajoutée, la contribution à

---

<sup>1</sup> Hocine Benssid, Algérie : de la planification socialiste à l'économie de marché, Alger, ENAG, 2004, p15

l'équilibre régional...etc) fixé par le secrétariat d'Etat au plan. C'est ce dernier qui, en liaison avec le ministère des finances, arrête un taux d'investissement, par arbitrage entre les différents projets d'accumulation qu'il est supposé évaluer et soumet au nom du centralisme démocratique ces propositions au gouvernement et au conseil de la Révolution. Sont généralement retenus les investissements dont le gouvernement attend un maximum d'effets socio-économiques, directs et indirects, la rentabilité financière étant considérée, notamment par les tenants de l'industrialisation à tout prix, comme un critère «bourgeois et capitaliste », inacceptable dans la « cité socialiste » algérienne.

Le plan 1974-1977 se distingue par le montant des investissements planifiés qui explose sous l'effet du premier choc pétrolier<sup>2</sup>, de l'amplification de la capacité d'endettement qui s'en suit et, aussi, de l'attention plus forte qu'il consacre aux branches non industrielles. Mais les retombées du volume des investissements sont amorties par leur inefficience, en termes de productivité et de production de surcroit, ces dépenses d'accumulation de capital sont exécutées avec de coûteux retard, 60% uniquement des investissements industriels voient le jour dans les délais projetés, en 1970-1978.

Le taux d'investissement brut est élevé : dans la décennie 70, il dépasse en moyenne 35%<sup>3</sup> ; il atteint 46% en 1978-1979, puis amorce un déclin de telles performances ont un coût humain : elles ont, pour pendant une limitation de la consommation, une austérité sévère. L'industrie s'accapare une part importante de l'investissement total : 52% en 1970-1973, 43,4% en 1974-1977 et 62% en 1978-1979. A l'intérieur du secteur secondaire, l'industrie de base culmine avec ses dépenses d'équipement : 88,7% en 1967-1969, 86% en 1970-1973, 88% en 1974-1977 et 78% en 1978-1979 ; en pratique, les branches de la sidérurgie, des hydrocarbures, des matériaux de construction, de la mécanique et de l'équipement électrique et électronique représentées par cinq grandes sociétés nationales, sont les auteurs de la majeure partie de la formation brute de capital fixe publique. Le premier plan quinquennal, adopté en 1980, annonce un recul continu du taux d'investissement, que le contre choc pétrolier de 1986 accélère en plongeant de 33,7% en 1980 à 27% en 1991, le taux d'investissement retourne graduellement au niveau de celui de la fin des années 60.

---

<sup>2</sup> Lors de la guerre du Kippour en 1973 (la guerre israélo-arabe), dix membres de l'Organisation des pays arabes exportateurs de pétrole (OPAEP) ont décidé un embargo complet envers les pays jugés trop pro-israéliens. Mais surtout, l'OPAEP a décidé de réduire la production de pétrole brut arabe de 5 p. 100 chaque mois, jusqu'à ce que les Israéliens se soient retirés des territoires occupés. Ce qui a provoqué une hausse du prix du brut pour quasiment atteindre le quadruple. Une situation qui a été favorable pour les pays exportateurs.

<sup>3</sup> Ibid, p16

Pour le secteur des hydrocarbures, un ambitieux plan de valorisation de toutes les catégories de ressources énergétiques (pétrole, condensat, gaz naturel) a été lancé en 1978. C'est un programme de 30 ans, dont le coût était 35<sup>4</sup> milliards USD. C'est un montant représentant quatre fois l'encours de la dette déjà contractée au moment de son lancement. À la mort du président Houari Boumediene (décembre 1978), ce plan était abandonné.

Dès 1984, avec l'amenuisement des rentrées en devises générées par les exportations de pétrole, l'Algérie se trouvait bien en peine d'effectuer ce remboursement. En 1986, avec l'effondrement des cours du pétrole, la vulnérabilité de l'économie algérienne apparaitra dans toute son ampleur.

Le 5 octobre 1988, l'économie algérienne a assisté à la fin du système monolithique en montrant l'impasse politique dans laquelle se trouvait le pouvoir depuis 1962 ainsi que l'extrême dépendance du pays vis-à-vis de la seule ressource énergétique. Le pays se résignait au rééchelonnement de la dette extérieure, évaluée à plus de 25 milliards USD, au début des années 1990.

## 1.2: L'économie de marché

La balance des paiements algérienne a détérioré fortement en 1986, les revenus d'exportation reculant de 40%<sup>5</sup>, deux ans après, ces derniers étaient à leur niveau planché de la décennie, avec 8,5 milliard de dollars. Puis, ils ont enregistré un progrès sensible où ils ont atteint 12,7 milliard de dollars en 1990, avant de plonger à 11,7 milliard de dollars en 1991.

Cette situation de déficit qu'a vécu l'Algérie, la pousser à solliciter l'aide du Fond Monétaire International (FMI). En plus du rééchelonnement de la dette, l'économie a été accompagnée d'un plan d'ajustement structurel (PAS)<sup>6</sup> douloureux pour des catégories sociales déjà fragilisées, permis de réduire de moitié le service annuel de la dette. Cet accord signé en 1994, avec le FMI et avec les créanciers obligera l'Algérie à verser chaque année, jusqu'en 2006, un montant important des devises tirées de l'exportation des hydrocarbures. Des centaines de milliers d'emplois sont perdus et le revenu moyen de l'Algérie chute drastiquement.

<sup>4</sup> Guide investir en Algérie, édition 2013, Alger, Algérie, kpmg.dz, p 29-30.

<sup>5</sup> Ibid, p137

<sup>6</sup> PAS est un programme de réformes incluant plusieurs volets, allant de la stabilisation de la situation financière du pays à la libéralisation total des marchés, en passant par la privatisation des entreprises publiques déficitaires

Les objectifs généraux de ce plan sont<sup>7</sup> :

- Un recul de l'intervention de l'Etat dans la sphère productive délaissant la relance de la croissance économique aux entreprises. L'une des tâches assignées à ces dernières est la diversification des exportations pour renforcer la capacité de l'économie à amortir les chocs externes.
- Une résorption des distorsions dans l'usage des ressources, engendrées par la réglementation des prix, les restrictions de change, la définition administrée de la parité du dinar...etc
- Une libéralisation de la distribution domestique et du commerce extérieur assortie, en courte période, d'une plus forte convertibilité du dinar.

Les résultats des années du PAS montrent clairement la situation comme on le verra plus bas<sup>8</sup> :

-l'équilibre budgétaire est établi au bout de 4 années de mise en œuvre du PAS. L'Etat est arrivé, après plusieurs années de déficit, à réaliser un excédent budgétaire important. Ce résultat fut le fruit de l'amélioration des recettes de l'Etat, mais aussi et surtout de la réduction drastique de ses dépenses. L'augmentation des recettes étatiques était principalement liée à la hausse des prix internationaux des hydrocarbures. De son côté, la réduction des dépenses publiques provenait de la baisse drastique du pouvoir d'achat local suite aux multiples dévaluations du Dinar et l'augmentation des prix des produits importés.

- La baisse de la masse monétaire et la gestion des différentes composantes du taux d'intérêt indiquent que l'Etat adoptait une politique de résorption de la masse monétaire déjà en circulation. La baisse des taux d'expansion de la masse monétaire fut une tendance générale durant la moitié des années 1990. Le résultat de cette politique monétaire restrictive a été la maîtrise du taux d'inflation. Ce dernier, après avoir été de 29,8% en 1994, 34% en 1995, passa en 1998 à 5%. C'était le résultat le plus significatif obtenu par la politique monétaire menée durant la période d'Ajustement Structurel. On outre, le taux de change s'est stabilisé après les fortes dépréciations enregistrées tout au long des années 1990(5.9% en 1993, 77,8% en 1994, 21,6 % en 1995, 7,7% en 1996)

-La présence des deux politiques budgétaires et politiques monétaires restrictives ont produit l'amélioration des équilibres extérieurs de l'économie algérienne résultant de l'augmentation

---

<sup>7</sup> Ibid, p 142-143

<sup>8</sup>Ouchichi.M, « les fondements politiques de l'économie rentière en Algérie », DECLIC, Bejaia, mai 2014, p223 ,224 ,227.

des prix internationaux des hydrocarbures, d'une part, de la maîtrise du service et du ratio de la dette extérieur réalisée grâce au rééchelonnement, d'autre part.

Après la mise en application du PAS, la dette extérieure a été ramenée de 32,2<sup>9</sup> milliards USD à 16 milliards USD en 2005 et à moins de 1,5 milliards USD en 2010. Parallèlement à cela, l'Algérie a engagé une politique de libéralisation avec l'adoption de l'économie de marché et la mise en place d'un nouveau dispositif législatif conçus pour soutenir l'investissement national et rendre possible l'appel aux capitaux étrangers. Plusieurs textes législatifs ont été promulgués ou amendés à cet effet :

- La loi sur la monnaie et le crédit
- Le décret portant sur la création de la bourse des valeurs immobilières
- L'ordonnance relative au développement de l'investissement
- L'ordonnance relative à la gestion des capitaux marchands de l'Etat
- L'ordonnance relative à la privatisation publique
- La loi sur la concurrence

Pour assoir les changements imposés par le PAS et la nouvelle orientation économique de l'Algérie, des réformes dites seconde génération ont été engagées dans le but de renforcer le développement économique, notamment, ce qui porte sur l'intégration dans l'économie mondiale (l'accord d'association avec l'UE, accession à l'OMC), promotion de l'investissement et l'environnement de l'entreprise (encouragement des PME), réformes du secteurs publiques et la privatisation, réformes du secteurs bancaires et financiers, le développement des infrastructures et le transport, modernisation des finances publiques, l'agriculture( assurer la sécurité alimentaire, télécommunication, secteur privé PME/PMI...etc.)

Dès 2001, l'Algérie renoue avec les programmes d'investissements publics. Modérément d'abord, avec un plan quadriennal de relance budgétaire (2001-2004) ou plan de soutien à la relance économique (PSRE) qui, outre des augmentations des salaires de la fonction publique et du salaire minimum garanti, comportait une reprise des dépenses d'investissements de l'État pour un montant total d'environ 6,9<sup>10</sup> milliards de dollars. Puis, au fur et à mesure que la position financière extérieure s'améliore et que les excédents

<sup>9</sup> Guide investir en Algérie, édition 2013, Alger, Algérie, kpmg.dz, p 29-30.

<sup>10</sup> Talahite Fatiha et Hammadache Ahmed, « L'économie algérienne d'une crise à l'autre », Maghreb - Machrek, 2010/4 N° 206, DOI : 10.3917/machr.206.0099, p 103

s'accumulent, elle s'engage, avec le programme complémentaire de soutien à la croissance (PCSC) de 50 milliards de dollars sur cinq ans (2005-2009), dans un ambitieux programme d'investissement dans les infrastructures. Ce choix se justifie alors par la volonté de créer les conditions d'une relance de la croissance et de l'emploi par le secteur privé et les IDE, en agissant surtout sur l'environnement des entreprises.

Échaudé par l'échec des politiques industrialistes menées dans les années 1970-1980, l'État ne veut plus s'engager directement dans un projet industriel, ce que traduit la stratégie industrielle élaborée par le ministère de l'Industrie et rendue publique en 2007. Ce choix, qui correspond à la priorité accordée à la stabilité des équilibres macro-financiers, vise à ne pas alourdir de manière irréversible les dépenses budgétaires, comme ce fut le cas dans les années 1970-1990 avec l'engagement direct de l'État dans l'industrie et l'économie.

Avec la hantise d'une baisse brutale et durable des revenus pétroliers et la conscience que de toute façon ces revenus viendront à s'épuiser, l'idée est que ces investissements d'infrastructures ne devaient représenter qu'une dépense ponctuelle, permettant d'éponger les excédents et créer des emplois. Mais malheureusement, ces investissements, en raison de leur taille, sont plus exposés aux malversations, à la mauvaise gestion et à la corruption comme l'affaire de l'autoroute Est-Ouest.

Le PCSC ne fut que partiellement réalisé, et par conséquent, le plan quinquennal (2010-2014) était dédié presque pour moitié au parachèvement de projets engagés dans le plan précédent (130 milliards de dollars contre 156 pour les nouveaux projets).

On comptait sur les entreprises privées (nationales et étrangères) considérées comme plus efficaces pour relancer la production et ultérieurement, satisfaire la demande interne, créer des emplois et amorcer la diversification de la production et des exportations. Ceci dans le but de desserrer la contrainte que fait peser la mono-exportation sur l'économie et préparer l'après-pétrole. En fait, il s'agissait de laisser le secteur privé prendre tous les risques, dans un contexte de transition où ceux-ci sont particulièrement élevés. Cependant, hormis quelques grands groupes ayant hérité du démantèlement des monopoles d'État, les entreprises privées sont surtout des PME, dont une grande partie de l'activité est informelle. Elles ont peu accès au crédit et se réfugient dans les créneaux présentant le moins de risques (importation, commerce), délaissant l'industrie. Dans un contexte d'expansion des dépenses d'investissement de l'État, elles sont dépendantes des marchés publics.

## **Section 2: Les objectifs et les intérêts de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC**

En tant qu'un pays en développement avec une économie pétrolière peu diversifiée, l'Algérie cherche à tirer des avantages de son intégration à l'OMC et à atteindre des objectifs qui visent à harmoniser son économie. Dans le même contexte la question de l'adhésion à cet organisme soulève de multiples interrogations sur son impact. La partie ci-dessous sera accordée à l'explication des différents motifs souhaités.

### **2.1: Les objectifs de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC**

Selon le mémorandum déposé en 1996, les objectifs essentiels de la politique commerciale poursuivis par l'Algérie sont cernés autour des trois points suivants<sup>11</sup>:

#### **2.1.1. La diversification des échanges**

Elle se fait par le dépassement du statut réducteur d'exportateur de produits miniers, à titre quasi-exclusif.

En premier lieu, cet objectif met l'accent sur le commerce d'exportation de produits énergétiques nobles, comme le pétrole, le gaz et les produits dérivés, qui ont resté un segment vital des échanges extérieurs de l'Algérie. En second lieu, il stipule qu'en revanche, il est également important de tirer parti de la vigueur reconnue de cette activité économique structurante, pour multiplier les passerelles d'échanges, au lieu de se confiner dans une spécialisation internationale étroite.

D'ailleurs, il est démontré que la libéralisation du commerce extérieur est considérée comme la condition première de la diversification à moyen et long termes des exportations et donc de la production.

#### **2.1.2. Le relèvement du niveau général de compétitivité du secteur des fabrications industrielles**

En vue de préparer le secteur des fabrications industrielles pour mieux affronter les effets d'une concurrence, de plus en plus large, des produits étrangers sur les marchés locaux, comme sur les marchés étrangers, l'Algérie s'est tracée comme objectif, la revalorisation de la compétitivité au sein de ce secteur. Les programmes d'ajustement de l'économie algérienne, entamés à ce titre, avec la coopération étroite du FMI et de la Banque Mondiale, ont déjà

---

<sup>11</sup> Philippe. B, Said.S , Fatiha.T, Enjeux et impacts du processus d'adhésion de l'Algérie à l'OMC, document du travail CEPN. N°2009-05.halshs-00607420, Version 1-France 8juillet 2011, P13

fortement ouvert la voie dans cette direction. En particulier, l'élimination de toutes les entraves non tarifaires au commerce, sans contrepartie de relèvement du niveau global des tarifs douaniers, a constitué le point focal de ces programmes. Cette mesure sera poursuivie en veillant, néanmoins, à moduler les réductions progressives des protections tarifaires avec les progrès en termes de performances, des producteurs industriels internes.

### **2.1.3. La maîtrise et le contrôle des importations de produits agro-alimentaires**

Ce dernier objectif est destiné à la consommation de la population. Ces importations, se sont développées dans un contexte général d'inefficacité des activités internes de production agricole, et à travers une politique commerciale favorable, ont atteint en 1995, un montant de 2,5 milliards de dollars US. Les pressions de plus en plus fortes, sur les équilibres commerciaux externes, que vont exercer à l'avenir des demandes d'importations alimentaires par trop excessives, et les dérapages qui risquent de résulter de glissements intempestifs des cours internationaux des produits de base vont constituer une préoccupation fondamentale de la politique commerciale algérienne, dans les années à venir.

Le nombre important de pays adhérant à l'OMC, montre qu'elle possède une influence majeure sur la scène internationale et qu'elle présente de multiples opportunités pour ces pays. L'OMC a pour mission d'accélérer la mondialisation tout en assurant la maîtrise de ses conséquences. Elle veille, notamment, à préserver un certain équilibre entre les nations et à rendre compatibles la souveraineté des Etats et l'interdépendance des économies. C'est dans ces circonstances que s'inscrit la demande algérienne d'affilier à cette organisation et avec l'intention de parvenir à réaliser les objectifs ci-dessus.

Beaucoup d'observateurs de la situation algérienne estiment que son adhésion va lui porter des avantages considérables comme la si bien affirmer le directeur adjoint de l'OMC Alejandro Jara<sup>12</sup> en divulguant que l'intégration dans le système commercial multilatéral signifierait pour l'Algérie une plus grande prévisibilité et une stabilité des échanges, un accès élargi aux marchés des membres de l'OMC, des droits de douane abaissés, une réduction du coût de la vie, un accès à des technologies de pointe. De plus, l'accès aux marchés extérieurs

<sup>12</sup> Article, Le directeur adjoint de l'OMC à Algérie patriotique : «L'adhésion de l'Algérie suppose aussi des concessions», 11 MAI 2013 - 4:51 <http://algeriepatriotique.com>, date de consultation : 02-01-2015



pour les exportations agricoles et industrielles algériennes serait un premier pas vers la diversification de l'économie. Il ajoute que d'une manière générale, les bénéfices de l'accèsion à l'OMC contribuent au développement d'un pays en prenant comme exemple la Chine qui a sorti 400 millions de personnes de la pauvreté depuis qu'elle a adhéré à l'OMC en 2001.

En effet, l'accèsion de l'Algérie à cet organisme renvoie inévitablement à des considérations commerciales et productives. La diversification des exportations algériennes est devenu une question capital et d'une grande importance et cela pour diminuer la dépendance du marché algérien vis-à-vis de l'extérieur, où une diminution des prix de pétrole déclenche automatiquement une récession économique. Mais, selon Zoheir Rouis<sup>13</sup>, l'adhésion ne signifie pas une diversification des biens et services en précisant que la diversification productive et la réduction de la dépendance à l'égard des hydrocarbures résultent d'un ensemble de politiques (politique industrielle, politique de R&D, politique d'infrastructures) et de l'action combinée de plusieurs variables (cadre règlementaire et institutionnel, climat d'investissement, bonne gouvernance, disponibilité de capital humain) voire même des politiques de développement sur lesquels l'accèsion à l'OMC n'a que très peu d'effets directs.

La négociation en vue de l'accèsion révèle que la mise aux normes du régime commercial multilatéral ne suffit pas et ne suffira pas à rendre l'économie structurellement diversifiée. Cela ne sera possible qu'avec une transformation du régime de croissance algérien, nécessitant en amont la définition d'un nouvel équilibre d'économie politique en vue d'une stratégie nationale de développement.

Dans la même idée, une conférence nationale sur le commerce extérieur<sup>14</sup> a été tenu le 30 et le 31 mars 2015 dans le but d'améliorer l'environnement national et international des activités liées au commerce extérieur. Une série de recommandations destinées au soutien de plusieurs secteurs pour promouvoir les exportations hors hydrocarbure ont été sanctionnés. Il s'agit des secteurs de la pétrochimie (engrais et fertilisants), les industries mécaniques, électriques, électroniques et les TIC qui présentent de grandes potentialités à l'export, en plus d'autre secteur où l'Algérie possède des avantages tels que le secteur agricole, l'artisanat, les

<sup>13</sup> Article, Zoheir Rouis, Les enjeux de l'accèsion de l'Algérie à l'OMC, lundi 18 janvier 2010, <http://mobile.Agora Vox.fr>, date de consultation : 02-01-2015

<sup>14</sup> Article: Nawel Hami, Les recommandations destinées à promouvoir les exportations et professionnaliser le métier d'importateur, 01 - 04 – 2015, WWW.La nouvelle république, DZ, date de consultation: 05-01-2015

industries agro-alimentaires (boissons, produits carnés, confitures, pâtes alimentaires et couscous), et le tourisme. Dans ce sillage, les recommandations les plus importantes sont :

- Le rallongement des délais de rapatriement des revenus des opérations des exportations à 365 jours contre 180 jours actuellement
- Le développement de nouveaux instruments de financement des opérations d'exportations et à promouvoir la fonction de conseil à l'export au niveau des grandes agences bancaires.
- La sécurisation des opérations de paiement à l'export qui est une mesure importante d'où l'importance de développer un réseau de correspondants des banques algériennes au niveau des pays de destination.
- Le renforcement et la consolidation des instruments de soutien des exportations hors hydrocarbures notamment à travers la réforme totale des statuts de l'Agence nationale de promotion du commerce extérieur (Algex).

L'amélioration de la compétitivité et la productivité des industries algériennes est parmi les cibles, car l'intensification de la concurrence internationale est susceptible d'avoir des effets irréversibles en dynamique sur le tissu industriel national. Dans ce contexte, stipule Zoheir Rouis<sup>15</sup> que toute politique économique repose sur des fondements institutionnels sans lesquels l'ouverture des marchés ne peut être ni réussie, ni politiquement soutenable et que plus particulièrement, la politique industrielle ne peut obtenir des résultats qu'à condition d'être attentive à l'environnement institutionnel. En outre, la dimension institutionnelle semble problématique dans le cas des réformes engagées en Algérie jusqu'à présent chose qui se répercute directement sur le rendement de l'économie qui reste une économie non performante. Cela veut dire que l'Algérie doit créer un environnement économique favorable pour accéder au rang de pays émergents.

---

<sup>15</sup> Ibid-dem

Le tableau suivant représente le classement de 2015 de chaque pays au niveau africain en matière d'entreprises compétitives et le taux de contribution au revenu africain :

**Tableau n°02 : Comparaison de statut de chaque pays dans le classement de 2015 de grandes entreprises Africaines**

Pays Désignation	Algérie	Maroc	Egypte
Nombre d'entreprises	29	71	39
Le pourcentage % en revenu Africain	12,5%	9,1%	6,2%

**Source : établi par nos soins à l'aide des informations de l'article Zhor Hadjam**

Même au niveau Africain, et comparant à des pays presque similaires tels que : le Maroc et l'Egypte, l'Algérie ne compte que 29<sup>16</sup> entreprises performantes et compétitives dans un total de 500 sociétés Africaines, un nombre juré très faible comparant à 71 entreprises pour le Maroc et 39 pour l'Egypte. Pour le pourcentage de 12,5% totalisé des revenus africains est nettement supérieur par rapport aux deux pays, mais cela ne signifie pas grand-chose parce qu'il est influencé par Sonatrach avec une contribution de 67,8 milliards de dollars de revenus en 2013, ce qui lui a offert le privilège d'occuper la première place de classement.

Pour le dernier objectif, le défi était de minimiser les importations parce qu'elles provoquent une sortie de devise et arriver à satisfaire la population par la production locale notamment les produits agricoles. Une série de réformes ont été mise en place pour donner un nouveau souffle aux industries domestiques pour relancer la production nationale, mais la majorité ont dévié à l'échec. Reste à savoir est ce que l'adhésion à l'OMC va solutionner ces lacunes ?

<sup>16</sup> Article, Zhor Hadjam, Top 500 des entreprises Africaines : dix nouvelles entreprises Algérienne y font leur entrée, 29-04-2015,10h00, www .El Watan.dz.date de consultation : 01-05-2015

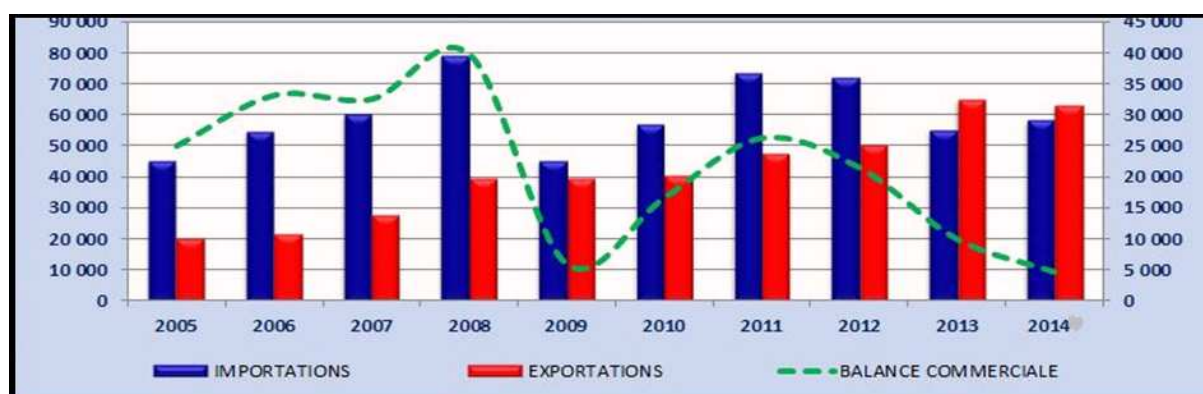
Cette situation de non diversification des échanges et la dépendance à l'égard des importations peut être confirmée par le tableau et la figure ci-après<sup>17</sup>:

**Tableau n°03 : Statistique du commerce extérieur de l'Algérie (2006-2014)**

Valeur en millions USD	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
EHH	1158	1332	1937	1 066	1526	2062	2062	2165	2810
EH	53456	58831	77361	44128	55527	71427	69804	63752	60146
Total E	54613	60163	79298	45194	57053	73489	71866	64974	62956
Importations	21456	27631	39479	39294	40473	47247	47490	55028	58330
Balance commerciale	33157	32532	39819	5900	16580	26242	24376	9946	4626

Source: CNIS 2014 (Centre National sur l'Information Statistiques des Douanes)

**Figure n°03 : Evolution du commerce extérieur entre 2005-2014**



Source : CNIS (2014)

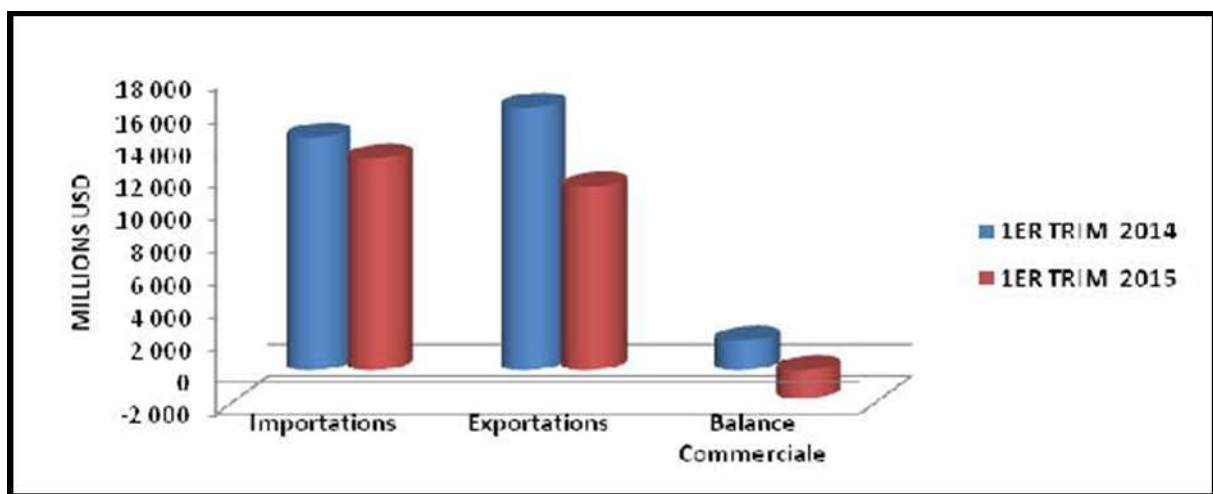
En 2014, les exportations ont atteint 62.95 millions, accusant ainsi une légère baisse de 4,47%<sup>18</sup>, quant aux importations, elles se sont établies à 58.33 millions, en hausse de 6% par rapport à l'année 2013. Cette tendance s'explique simultanément par une hausse des importations et une baisse des exportations enregistrées durant la période suscitée. Par ailleurs, en termes de couverture des importations par les exportations, les résultats en question, dégagent un taux de 108% en 2014 contre 118% enregistré durant l'année 2013.

<sup>17</sup> Agence Nationale de Développement et l'Investissement (ANDI), date de consultation : 09-01-2015

<sup>18</sup> Ibid-dem

Pour le premier trimestre 2015, comme la montre la figure n°04, le commerce extérieur Algérien a enregistré un volume global des importations de 13,04<sup>19</sup> milliards de dollars US soit une baisse de 9,06% par rapport aux résultats du premier trimestre 2014. Et pour les exportations, un montant de 11,31 milliards USD, en diminution de 30,1% par rapport aux résultats du premier trimestre 2014. Cela s'est traduit par un déficit de la balance commerciale au premier trimestre 2015 de l'ordre de 1,73 milliard USD. Ces résultats dégagent un taux de couverture des importations par les exportations de 87%. Ces chiffres sont expliqués par la chute des prix du pétrole pour varier entre 40 et 70 USD.

**Figure n°04 : Evolution du CI algérien entre 1<sup>er</sup> trimestre de 2014 et 2015**



Source : Direction générale des Douanes (2015)

## 2.2: Les intérêts que peut tirer l'Algérie après son adhésion à l'OMC

Le professeur en droit des affaires Ali Mebroukine<sup>20</sup> stipule qu'a priori l'Algérie ne possède aucun intérêt à adhérer à l'OMC. Il défend sa vision du faite que les avantages comparatifs de l'Algérie se situent dans le secteur des matières premières et non dans celui des industries à forte valeur ajoutée, en plus de l'exposition des industries manufacturières à la concurrence accrue des entreprises étrangères causée par la non performance des industries locales.

<sup>19</sup> Ministère des Finances, Direction Générale des Douanes, Statistiques du commerce extérieur de l'Algérie, (Période : 1er Trimestre 2015), Centre National de l'Informatique et des Statistiques.

<sup>20</sup> Article: Ali Mebroukine, L'adhésion de l'Algérie à l'OMC: Qu'avons-nous à gagner ? L'Expression, 11 Mai 2010, www.Algérie Watch. Dz, date de consultation: 11-01-2015

Mais toutefois, il n'exclut pas la possibilité de tirer des avantages dès lors que l'Algérie confirme sa volonté d'adhésion à brève échéance à l'OMC et qui sont<sup>21</sup> :

1. Elle bénéficierait des accords multilatéraux (clause de la nation la plus favorisée, lutte contre le dumping, réduction des barrières tarifaires et suppression des barrières non tarifaires), à condition évidemment que l'Algérie s'engage résolument dans la diversification de son économie et prenne des mesures volontaristes à cet égard.
2. L'adhésion lui ouvrira l'accès à l'Organe de règlement des différends (ORD) qui garantit un règlement impartial des contentieux commerciaux.
3. Elle pourra escompter la suppression des procédures antidumping unilatérales décidées par certains de ses partenaires commerciaux actuels.
4. Son adhésion sera de nature à susciter une nouvelle impulsion dans la mise en œuvre des réformes internes qui marquent le pas.
5. Le développement des relations commerciales internationales de l'Algérie donnera des opportunités aux exportateurs algériens, cependant que l'accroissement de la pression concurrentielle peut favoriser la baisse des prix, l'amélioration de la qualité des produits et services et celle de l'allocation des ressources dont les défaillances actuelles soulignent un déficit de gouvernance économique que tous les Etats ayant adhéré à l'OMC doivent s'efforcer de corriger.
6. Enfin, l'adhésion de l'Algérie à l'OMC contraindra notre pays à s'orienter résolument vers une économie fondée sur la connaissance, à travers l'institution d'une meilleure protection des droits de propriété intellectuelle et l'offre d'un cadre législatif qui permettra l'épanouissement de la recherche, du développement et surtout encouragera le potentiel scientifique national à rester en Algérie.

En Algérie, il existe une divergence d'opinion et même d'analyse sur la question des avantages que peut tirer l'Algérie après son accession à l'OMC, d'un côté, ceux qui mettent en garde contre les répercussions négatives qui découleraient de cette adhésion et d'un autre côté, ceux qui persistent. Dans les points suivants, on va exposer des avis des experts sur l'objet du sous-titre de cette partie :

---

<sup>21</sup> Ibid-dem

### 2.2.1. Les jugements opposés par des experts algériens

Le chargé des affaires économiques dans l'UGTA Mohamed Lakhdar Badreddine<sup>22</sup> a précisé que l'OMC ne doit être ni une obsession, ni un objectif. Il a indiqué qu'avec les normes imposées par l'OMC, l'Algérie n'aura plus aucune chance de préserver la production nationale où ça va soumettre le pays à la domination des grandes puissances économiques et il insiste sur la valorisation du produit national, à commencer par le tissu industriel, aussi bien public que privé. Il insiste également sur la préservation du pouvoir d'achat des Algériens en donnant comme exemple le prix de l'électricité qui est à 3,80 le kv, au Maroc c'est 10 fois plus et en France c'est six fois plus. Ensuite, il développe en rapportant que si l'adhésion aura lieu, l'électricité sera obligée d'être vendue à son prix réel. Sonatrach vend le gaz pour le fonctionnement des centrales électriques à un prix symbolique, même pas 1/10 du prix international et la Sonelgaz le vend à perte, en plus c'est un service public. Il est précisé dans les conditions de l'OMC qu'il n'y a pas de disparité dans les prix. Il a ainsi évoqué le cas de la Tunisie, dont l'adhésion à l'OMC a fait perdre au pays 380.000 postes d'emplois dans le textile comme signe d'une éventuelle disparition des emplois.

Le professeur Chemseddine<sup>23</sup>, a relevé, pour sa part, que l'OMC, c'est secondaire, une petite partie d'une problématique d'ensemble et que ce qui est important c'est l'avenir de ce pays. Pour lui, il faut faire d'abord, un état des lieux. Il faut mettre tout à plat, pour se donner une stratégie et un cap. Ainsi, il estime qu'il est grand temps de briser la dépendance totale et entière au seul pétrole, ajoutant que le patriotisme économique consiste surtout à créer ses propres défenses immunitaires, à l'image de l'Inde, qui produit chaque année près de 2 millions d'informaticiens et exporte pour 25 milliards de dollars de logiciels en faisant le point sur l'importance des TIC.

De son côté, l'économiste Chafik Ahnine<sup>24</sup> a expliqué que ce débat, qui est aussi international, n'est pas tranché du point de vue de la théorie économique, ou de la pratique et que le libre-échange n'a jamais dominé le monde. Il démontre ensuite, qu'historiquement les grands pays industriels n'ont pas suivi le libre-échange pour se développer, mais qu'au

---

<sup>22</sup> Article: L'Adhésion de l'Algérie à l'OMC : Nécessité d'aller vers une stratégie de développement national, Forum d'El Moudjahid, 14-10-2014, www. El Moudjahid.dz, date de consultation : 14-01-2015

<sup>23</sup> Ibid-dem

<sup>24</sup> Ibid-dem

contraire, ils ont eu recours à des pratiques protectionnistes tels que l'Allemagne et le Japon qui ont adopté de protectionniste éducateur<sup>25</sup>.

D'après Abderrahmane Benkhalfa<sup>26</sup>, il est important de donner du temps au processus de transformation économique pour se réaliser. Il est précisément question de restituer des droits de douanes forts, notamment à l'adresse des pays avec lesquels l'Algérie n'a pas signé d'accord. Elle doit remplacer les produits importés par le transfert de technologie et de management. Il s'agit non seulement de substituer, mais aussi d'exporter. Pour cela, il faut transformer les différents gisements que recèle l'Algérie en croissance interne de qualité. Selon Abdelmadjid Sidi Saïd, le secrétaire général de l'Union générale des travailleurs algériens (UGTA)<sup>27</sup> a indiqué que l'adhésion va mener le pays droit vers un tsunami économique, il averti qu'il n'est pas question d'aller à l'OMC.

En résumé, les arguments des opposants exposés ci-dessus, peuvent être cités dans les points suivants :

- Manque de la compétitivité des entreprises algériennes.
- L'intensification de la concurrence internationale pourrait avoir des effets irréversibles en dynamique sur le tissu industriel national, en raison de l'existence d'irréversibilités technologiques et productives, réduisant des possibilités futures de diversification productive de l'Algérie, alors que l'objectif affiché est celui d'une diversification hors hydrocarbures.
- Eventuel perte de postes d'emploi
- Dépréciation du pouvoir d'achat

---

<sup>25</sup> Appelait aussi théorie des industries naissantes. C'est une théorie économique qui préconise un protectionnisme temporaire, seul capable de permettre un développement suffisant d'une économie nationale qui pourrait ensuite se mesurer à ses concurrentes sur les marchés internationaux. Cette théorie a notamment était défendue par l'économiste Frédéric List (1798-1846)

<sup>26</sup> <http://www.medafco.org/> date de consultation: 16-01-2015

<sup>27</sup> Article: Adhésion de l'Algérie à l'OMC: Les experts s'opposent, 08/07/2014, [www. L'Actualité.dz](http://www.L'Actualité.dz), date de consultation : 17-01-2015



### **2.2.2. Les jugements apportés en faveur de l'accèsion par des experts algériens**

Logiquement, c'est l'Etat algérienne qui défend cette démarche. En effet, le ministre du commerce Amara Benyounes<sup>28</sup> a parlé d'une nécessité de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC afin de la mettre dans les rails le développement économique. Il s'appui sur le faite que 97% des transactions commerciales mondiales passent par l'OMC. De son point de vue, l'OMC va permettre deux choses capitales et fondamentales pour le pays. D'abord, l'accèsion à l'OMC va permettre de mettre à niveau l'économie nationale, ensuite, cela va donner beaucoup plus de transparence à toutes les transactions commerciales internationales.

L'expert international et ancien conseiller au ministère du Commerce Abderrahmane Toumi<sup>29</sup> a qualifié l'adhésion à l'OMC d'une bénédiction pour la production nationale. Pour lui, faire partie de l'OMC signifie une concurrence loyale, caractérisée par une relation commerciale transparente entre les pays, chose qui dérange énormément les intérêts des barons de l'importation du pays, en indiquant que 70% des produits importés ne répondent pas aux normes imposées par l'OMC, ce qui met en péril la santé et la sécurité des consommateurs algériens en faisant indice sur la protection de la santé des citoyens . Il ajoute que cela va permettre de porter à jour le marché national par la restructuration des institutions économiques en fonction des nouvelles technologies. Il faut donc aller directement vers l'adhésion afin de soumettre l'économie à un contrôle à travers la transparence.

Le porte-parole de l'Union générale des commerçants et artisans algériens (UGCAA), El Hadj Tahar Boulenouar<sup>30</sup> juge que le justificatif de l'intégration du pays à cette institution est synonyme de la disparition du produit national ne doit pas avoir lieu, en indiquant que le marché national actuellement est déjà inondé par les produits étrangers. Il indique que l'accèsion sera un moyen pour encourager les entreprises de production nationale en quantité et en qualité.

---

<sup>28</sup> Article: Interview de Monsieur le Ministre, 30 Septembre 2014 site web : [www.mincommerce.gov.dz](http://www.mincommerce.gov.dz), p 1, date de consultation: 17- 01-2015

<sup>29</sup> Article : Djouher FERRAG, C'est une bénédiction pour notre économie, Mercredi 06 Aout 2014, [www. L'Expression.dz](http://www.L'Expression.dz), date de consultation : 18-01-2015

<sup>30</sup> Ibid-dem

En résumé, les arguments des partisans exposés ci-dessus, peuvent être cités dans les points suivants :

- L'élaboration des règles du commerce international, une transparence et une meilleure lisibilité des institutions de la politique commerciale.
- L'introduction d'une cohérence institutionnelle au niveau national, qui réduit l'influence des intérêts particuliers.
- Un facteur de motivation pour les producteurs locaux
- La certification et l'accès aux normes internationaux

### **Section 3: Le processus d'adhésion de l'Algérie à l'OMC**

Selon les parties précédentes (voir chapitre I), l'adhésion à l'OMC ne se fait pas d'une manière automatique. Une série de négociation doit être entretenu entre cette organisation et le pays qui affiche un envie d'affiliation et qui doit assumer une série de coûts d'ajustement sectoriels et institutionnels.

Pour l'Algérie, l'envie d'intégrer le système multilatéral a été affiché depuis 1987 avec le GATT et puis avec l'OMC à partir de 1994. Jusqu'à 2015, le processus n'a pas encore été achevé, il compte 12 rounds caractérisés par leur complexité et leur longévité, qui ont permis de traiter plus de 1.900<sup>31</sup> questions liées au système économique national.

Dans cette section, on développera le cheminement historique de ces cycles de négociation et leur contenu.

#### **3.1: Présentation du groupe du travail**

En 1987, l'Algérie a manifesté son intention d'intégrer le système du commerce multilatéral qu'incarnait l'Accord Général sur les Tarifs et le Commerce (GATT) et, à partir de 1995, par l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC). Le Groupe de travail de l'accession de l'Algérie au GATT a été institué le 17 juin 1987<sup>32</sup>.

En 1995, ce Groupe de travail du GATT a été transformé en Groupe de travail de l'OMC chargé de l'accession de l'Algérie. Il a tenu sa première réunion en avril 1998.

<sup>31</sup> <http://www.medafco.org/>, date de consultation : 27-01-2015

<sup>32</sup> [WWW.ministère de Commerce.org.dz](http://WWW.ministère de Commerce.org.dz), date de consultation : 27-01-2015

Le mandat du Groupe de travail est de présenter un rapport sur ses travaux, un protocole d'accèsion ainsi qu'un projet de décision d'accèsion à l'organe de décision qui est la Conférence Ministérielle.

La présidence du Groupe de travail de l'OMC a été assurée, d'abord, par Monsieur Sanchez ARNAU, Ambassadeur de l'Argentine (1994 -1998) et par, la suite, les Ambassadeurs de l'Uruguay, Carlos Perez DEL CASTILLO (1998-2004) et Guillermo VALLES (2004-2010). Il est présidé depuis novembre 2011 par Monsieur François ROUX, Ambassadeur de Belgique, il est présidé actuellement par l'Ambassadeur d'Argentine Monsieur Alberto D'Alotto. Plus de 40 pays Membres de l'OMC participent aux travaux de ce groupe.

On peut distinguer d'autres renseignements de caractère général relatif au dossier du groupe de travail<sup>33</sup>:

- Demande d'accèsion: 3 juin 1987
- Création du Groupe de travail: 17 juin 1987
- Précédente réunion du Groupe de travail: 5 avril 2013
- Dernière révision du rapport du Groupe de travail: 26 février 2014
- Président du Groupe de travail: S.E. M. l'Ambassadeur Alberto D'Alotto (Argentine)
- Secrétaire du Groupe de travail: M. Mustapha Sekkate
- Co-secrétaire du Groupe de travail: Mme Nadia Ferdi Demierre
- Directeur de la Division des accèsions de l'OMC: M. Chiedu Osakwe

L'Algérie est engagée dans le processus d'intégration au système commercial multilatéral depuis juin 1987. Cette procédure peut être divisée en deux phases selon Mehdi Abbas<sup>34</sup> :

\*La première phase, qui s'étend de juin 1987 à juillet 1996, peut être qualifiée de dormante, les autorités algériennes s'étant contentées de déposer une demande d'adhésion auprès du GATT.

\*Dans la deuxième phase, les négociations s'engagent concrètement à partir de la présentation par l'Algérie de son aide-mémoire du commerce extérieur en juillet 1996 puis de la tenue de la première réunion du Groupe de travail en avril 1998. Cette seconde étape, bien qu'elle démontre une implication des autorités algériennes et la manifestation d'un choix d'ouverture,

<sup>33</sup> WWW .OMC .org, date de consultation : 01-02-2015

<sup>34</sup> Conférence : Mehdi Abbas, L'accèsion de l'Algérie à l'OMC. Entre ouverture contrainte et ouverture maîtrisée, LEPII, Université de Grenoble, CNRS BP 47, 38040 Grenoble cedex 9, France, Avril 2009

donne l'impression d'une absence d'avancées notables, faisant perdre à la procédure de son intérêt.

Les négociations en rapport avec les systèmes de régulation en matière de commerce des biens et services et en matière de droit de propriété intellectuelle (ADPIC) sont menées de façon multilatérale au sein du groupe de travail. Les consultations et négociations avec le requérant concernant les soutiens agricoles et les subventions à l'exportation ont lieu de façon plurilatérale. Les négociations sur la libéralisation du marché du requérant ont lieu dans un cadre bilatéral.

### **3.2: Les rounds de négociation entre l'Algérie et l'OMC**

En 1987<sup>35</sup>, année de la première demande d'accèsion de l'Algérie au GATT, l'économie connaît une grave crise en raison du retournement des prix des hydrocarbures survenu un an auparavant. Les années suivantes seront marquées par une aggravation de la situation à un triple niveau : économique, social et sécuritaire. Aussi, l'accèsion au GATT ne constitue-t-elle plus une priorité pour les gouvernements successifs et cela en dépit du fait que la réforme du commerce extérieur. Elaboré entre février 1986 et juillet 1987, la mesure la plus importante adoptée par le projet de réforme est la suppression du monopole de l'Etat sur le commerce extérieur.

Cette situation perdurera jusqu'en juillet 1996, date de la présentation par l'Algérie de son aide-mémoire du commerce extérieur puis jusqu'à la tenue en avril 1998 de la première réunion du groupe de travail sur l'accèsion. Deux événements vont influencer directement le projet d'accèsion à l'OMC. Le premier, chronologiquement, est la remise en cause du projet politique de réformes de structure, en raison de difficultés macroéconomiques, sectorielles, de leurs conséquences sociopolitiques et de la dégradation de la situation sécuritaire du pays (les conséquences du PAS et la décennie noire)

En effet, en 1994, l'Algérie négocie un plan d'ajustement structurel (PAS) dont la mise en œuvre devient prioritaire aux dépendances de l'accèsion au GATT-OMC, compte tenu de la situation de cessation de paiements dans laquelle se trouve le pays. En revanche, le

---

<sup>35</sup> Mahdi Abbas, L'accèsion à l'OMC, L'Harmattan, 2009/4 (N°71), <http://www.cairn.info.org>, p111

PAS exigeait la réouverture du dossier OMC. Ce qui conduira l'Algérie en juillet 1996, à présenter son aide-mémoire du commerce extérieur. Le second événement est précisément la disparition du GATT et son remplacement par l'OMC au terme des négociations du cycle de l'Uruguay (1986-1994). Le passage du GATT à l'OMC a modifié la forme et la nature du multilatéralisme commercial mais également de la procédure d'accèsion, devenue beaucoup plus complexe. Il en résulte pour l'Algérie une adaptation structurelle et institutionnelle de grande ampleur, qui réduit considérablement l'espace politique pour une stratégie nationale de développement.

Cette transformation quantitative et qualitative de la contrainte multilatérale ne semble pas avoir été anticipée par les négociateurs algériens puisque le mémorandum de 1996, actualisé en 2001, n'évoque que le commerce des biens (industriels et agricoles) et néglige les nouveaux domaines (services, propriété intellectuelle, etc.).

En 2002, l'Algérie disposait un deuxième mémorandum d'association avec un petit avantage liée à sa balance des paiements qui commence à retrouver des signes de bonne santé, grâce à la manne du pétrole induite par la hausse de ce dernier sur le marché mondial.

Le 10<sup>ème</sup> round a été entretenu le 17 janvier 2008<sup>36</sup>, 96 questions (33 questions de l'UE et 63 questions des USA) ont été reçues et portent sur l'adoption de nouvelles lois en matière d'obstacles techniques au commerce, des mesures sanitaires et phytosanitaires, de propriété intellectuelle (ADPIC), de mesures antidumping, de sauvegarde et de mesures compensatoires. Il s'agit principalement, de politiques de prix, d'évaluation en douane, d'importation de produits pharmaceutiques et de boissons alcoolisées.

Suspendues en 2008<sup>37</sup> pour ne reprendre qu'en avril 2013 à la faveur du 11e round tenu à Genève en Suisse, les négociations pour l'adhésion à l'OMC butent sur de nouveaux écueils (barrières) liés à l'évolution de la réglementation de l'économie algérienne. La suspension des exportations des déchets ferreux et non ferreux en 2009 et les restrictions sur les importations de médicaments introduites dès 2011 ainsi que l'obligation de s'associer à un partenaire algérien pour pouvoir commercer en Algérie sont les plus importants nouveaux points d'achoppement dans les négociations qui sont déjà difficiles à cause, entre autres, de

<sup>36</sup> Article : Abed Tilioua, l'Algérie peine à arracher son admission à l'OMC, lundi 21 avril 2008, [www. Algerie.actualite.dz](http://www.Algerie.actualite.dz), date de consultation : 05-02-2015

<sup>37</sup> <http://www.medafco.org/>, date de consultation : 05-02-2015

l'interdiction d'importation des véhicules d'occasion, le soutien aux exportations à travers le Fond national spécial pour la promotion des exportations (FSPE) et le prix du gaz, subventionné pour les besoins domestiques et aligné sur le cours mondial pour le marché extérieur.

Depuis la tenue du dernier round (12<sup>ème</sup>) de négociations multilatérales en mars 2014 à Genève, l'Algérie a reçu 131 questions additionnelles qui ont été traitées par les différents départements ministériels pour libéraliser le commerce, ces questions portent essentiellement sur la législation algérienne et sa mise en conformité avec les règles de l'OMC. Les questions posées proviennent essentiellement de partenaires importants comme les Etats-Unis et l'Union européenne qui ne veulent pas compromettre les chances de leurs entreprises dans le pays. Dans ces négociations, l'Algérie œuvre notamment à consolider le taux des droits de douane perçus à l'importation de marchandises à un niveau supérieur à ceux des taux appliqués, sachant que même si l'OMC donne son accord pour garder le taux initial élevé, elle demandera de le réduire sur une longue période. C'est dans ce sens qu'une liste de produits sensibles a été arrêtée pour laquelle l'Algérie négocie un droit de douane de 45%, soit un taux supérieur à celui appliqué et qui est de 30%.

#### **Section 4: Les causes d'une longue démarche de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC**

Dans le cas de l'Algérie, la durée du processus est l'élément qui retient l'attention comme étant le cycle le plus long dans l'histoire de l'OMC où cette dernière estime que l'offre algérienne est insuffisante pour accepter son adhésion et qu'elle doit faire plus d'efforts et de concessions. De son côté, l'Algérie trouve la demande de l'OMC trop élevée pour accepter de sacrifier son système économique et les conditionnalités imposées, un point de vue qui a été défendu par le ministre du commerce Amara Benyounès<sup>38</sup> qui a précisé qu'il faut accélérer le processus d'adhésion à l'OMC tout en sauvegardant les intérêts économiques du pays.

Dès lors, il convient d'analyser les facteurs explicatifs de cette situation. Dans la contribution qui va s'enchaîner, on va développer ces facteurs.

---

<sup>38</sup> Article, Mohamed El-Ghazi, Interview – Amara Benyounès : «Certains lobbies veulent empêcher l'Algérie d'adhérer à l'OMC», <http://algeriepatriotique.com>, 30.09.2014 - 13:08, date de consultation : 08-02-2015

De ce fait, Mehdi Abbas a qualifié la durée du processus d'accèsion de l'Algérie à l'OMC d'exceptionnelle, en s'appuyant sur deux causes :

#### **4.1: Causes relatives à l'origine des caractéristiques du processus lui-même**

Parmi ces causes, Mahdi Abbas a cité deux origines de cette longue durée<sup>39</sup> :

##### **4.1.1. Procédure pragmatique et au cas par cas**

La négociation et l'étude du dossier algérien pour l'admission à l'OMC sont jugées compliquées par les deux parties. Ceci s'explique par le contenu de chaque réunion (voir la partie du processus de négociation algérien). En effet, cette étude est relative à l'aspect pratique et concret des politiques commerciales, industrielles, institutionnelles et structurelles engagées par l'Algérie, tel que la question de subvention notamment, sur la subvention des produits alimentaires (le lait) où l'OMC exige leur suppression.

##### **4.1.2. Les causes relatives à la complexité des processus transformationnels associés à la mise aux normes du régime de l'OMC**

L'accèsion à l'OMC est révélatrice des contradictions du processus de transformations institutionnelles et structurelles dans lequel est engagée l'économie algérienne qui doit être conforme aux normes de l'OMC. Dès lors, les problèmes rencontrés par l'Algérie dans la mise en œuvre des réformes de structures engagées à partir de 1987 expliquent l'enlisement de la procédure d'accèsion. Au de là, cette procédure est porteuse de transformations internes qui entre en conflit avec les dispositifs allocatifs et redistributifs caractérisant le régime de croissance algérien. L'achèvement de la procédure, ou dans une moindre mesure tout avancée, dépend de la résolution de ses contradictions et de la capacité de gestion des nouveaux équilibres internes. Entre autres exemples, la libération des prix intérieurs de l'énergie ou la limitation des subventions étatiques aux entreprises publiques stratégiques ainsi que la règle 51/49 pour les IDE étrangers.

---

<sup>39</sup> Conférence, Mehdi Abbas, Le processus d'accèsion à l'OMC: Une analyse d'économie politique appliquée à l'Algérie, Université Pierre Mendès France, LEPII-CNRS, P 12

## **4.2: Les causes relatives au système d'économie politique algérien**

Le système d'économie politique Algérien est sujet de plusieurs lacunes empêchant le pays à s'adhérer, ces lacunes sont l'objet de la partie qui suit :

### **4.2.1. Difficultés et complexités du processus de réformes économiques**

En effet, il faut mettre en place des réformes pour rendre l'environnement des affaires en Algérie compatible avec le modèle OMC, mais toutes les réformes déjà placées n'ont pas fait leurs preuves sur le terrain.

Zoheir Rouis<sup>40</sup> a lancé que l'Algérie a réussi les réformes de « première génération » conduisant à la stabilisation de l'économie et au maintien des grands équilibres macroéconomiques. Cependant, elle n'arrive pas à réussir les réformes de « seconde génération » qui sont les réformes fiscales, financières, libéralisation et régulation des marchés et la progression de l'état de droit. Il ajoute que les redéfinitions permanentes des règles du jeu peuvent être interprétées comme la manifestation de l'absence d'une vision d'ensemble des réformes en matière de privatisation, de régulation sectorielle, d'autorisation d'importation et de vente sur le marché national ou d'investissement direct.

### **4.2.2. Absences d'une perspective claire sur le projet de développement sous-jacent aux réformes**

L'Algérie n'a pas réussi à mettre en place une politique industrielle qui assure une croissance économique durable à l'image des efforts de diversification de l'économie algérienne qui n'ont donné encore que de timides résultats, en prenant en considération que le secteur des hydrocarbures est au cœur de l'économie algérienne, qu'il oriente vers une logique d'allocation et non de production.

Les réformes prises par l'Algérie doivent prendre en considération les mutations systémiques de l'industrie mondiale pour éviter des révisions du jour au lendemain.

### **4.2.3. Prépondérance du secteur des hydrocarbures en matière de croissance et de répartition de la richesse créée**

Dans ce point, Il y a lieu à signaler qu'il ya une forte dépendance aux d'hydrocarbures et une attractivité limitée en dehors des hydrocarbures dans l'économie algérienne.

---

<sup>40</sup> Article : Zoheir Rouis, Op cité, date de consultation : 09-02-2015



En effet, l'ouverture économique constitue l'un des facteurs de redéfinition du fonctionnement de l'économie algérienne.

A ce titre, elle est porteuse d'enjeux de production, mais surtout de distribution de richesses. C'est pourquoi les réformes induites<sup>41</sup> par le processus d'accèsion, ont des conséquences en termes productifs, allocatifs mais surtout distributifs. Elles heurtent de ce fait les dispositifs socio-économiques de distribution de la rente. Mais, le problème se résume dans la mise en place de ces réformes.

#### **4.2.4. Faible compétitivité du tissu industriel algérien et risques sociaux associés à son ouverture à la concurrence**

La qualité et la quantité des produits algériens sont toujours sujet de critiques. En conséquence, le choc concurrentiel de l'ouverture et de la mise aux normes multilatérales peut conduire à une déstructuration du système productif. L'intensification de la concurrence internationale est susceptible d'avoir des effets irréversibles en dynamique sur le tissu industriel national. De plus, cette situation va pousser les entreprises algériennes à fermer leur porte et à provoquer une augmentation du chômage.

A savoir que le marché algérien est dépendant du marché européen, le pouvoir d'achat du consommateur algérien est la première victime. Prenons par exemple la crise de 2008, il y a eu un double impact. Le premier était un impact positif sur le plan financier où la balance des paiements a enregistré un excédent profitant de la hausse des prix du pétrole, et le deuxième était une répercussion négative sur le plan économique avec l'augmentation du taux d'inflation résultant de la dépréciation du DA devant l'Euro

---

<sup>41</sup> Révision des systèmes d'autorisations administratives, des licences d'importation, des procédures douanières, des conventions fiscales, remise en cause des monopoles commerciaux, refonte de la politique de soutien et de subvention, clarification des législations nationales en matière de foncier, transparence de l'action économique et sociale des pouvoirs publics

## Conclusion

L'économie algérienne a connue de divers mutations depuis l'Indépendance en 1962 jusqu'à nos jours, passant de la planification à l'économie de marché sous l'influence de FMI. Ce dernier a forcé l'Algérie à déposer un aide-mémoire d'admission auprès de l'OMC. Cette approche a accumulé 12 rounds de négociation caractérisés par une très longue période, causée par les spécificités de régime de l'OMC et celles de l'économie algérienne.

En Algérie, la question de l'accésion à l'OMC est soutenu d'un coté, par les partisans de la libéralisation qui est pour eux bénéfique pour la population algérienne qui pourrait avoir plus de choix et de meilleurs tarifs, et appelle l'Etat a faire plus de concessions, argument soutenu par le ministère de commerce qui stipule que l'Algérie a fournit d'énormes progressions. En revanche, à partir de l'argument de la souveraineté nationale et la protection du produit national, les opposants jugent que l'industrie algérienne n'est pas apte à faire face à la concurrence étrangère, alors ils appellent a leur tour à la rupture des négociations, mais pour des spécialistes, elle doit créer un environnement économique favorable pour accéder au rang des pays émergents en matière des ressources humaines, de l'infrastructure industrielle et de poids de la politique en s'appuyant sur la réalité que l'Algérie est loin d'être un pays exportateur mais un net importateur.

**CHAPITRE 03**  
**Les Techniques de d'Information et  
de Communication (TIC)**

## **Introduction**

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) sont, en peu de temps, devenues l'un des piliers de la société moderne et sont en train de créer une nouvelle révolution industrielle à l'échelle planétaire où l'information occupe une place stratégique dans une économie. Une chose qui est expliquée par le fait que de nombreux pays considèrent la compréhension de ces technologies et la maîtrise de leurs principaux concepts et savoir-faire comme une nécessité vitale.

Une grande importance est portée à l'égard des TIC qui offrent des atouts sans contrainte de distance, de temps ou de volume, soit en faveur des entreprises qui leur permettent de fournir un meilleur rendement, soit au profit des gouvernements pour ses répercussions positives sur l'économie, soit pour des organismes mondiaux tel que l'OMC qui a mis, par exemple, un accord en 1997 qui stipule l'ouverture des frontières internationales du marché des télécommunications.

Sur cette démarche qui suit, le chapitre III sera assigné à des généralités sur les TIC et leurs impacts sur la croissance économique et le commerce extérieur.

### **Section 1: Généralités sur les TIC**

« Le monde est un petit village » ; une expression qui est beaucoup utilisée à cette époque pour de nombreux mobiles particulièrement la diminution de la contrainte des distances. Certainement, avec le progrès technologiques et l'apparition de nouvelles techniques de communication, la distance n'a plus de signification, de plus, cette conjoncture est vérifiée par le phénomène de la mondialisation qui évoque la notion d'un monde uni, d'un monde formant un village planétaire, d'un monde sans frontière. Cela est le reflet du développement des TIC où la numérisation des différents systèmes donne lieu à des expansions de la qualité et le rendement du travail.

Dans cette section, on va tenter de mettre le point, en premier temps sur la notion des TIC, et en deuxième temps sur les types de TIC.

## 1.1: La nature des TIC

L'information et la communication jouent un rôle prépondérant dans une économie numérique. L'information constitue, en effet, une valeur de base dont l'appropriation devient un savoir et à qui la communication donne plus de richesse et d'importance.

Il est devenu courant d'associer les TIC<sup>1</sup> à la notion de société de l'information, ce qui traduit la signification sociétale de ces technologies. Autrement dit, avec le développement des TIC, on assisterait à des modifications ou des changements de la société elle-même, voire même de la civilisation.

D'abord, les technologies de l'information et de la communication représentent un ensemble relativement divers et hétérogène de technologies qui d'ailleurs ne sont pas toutes nécessairement nouvelles. Les technologies de l'information, par exemple, sont plus anciennes à l'image de la radio, qu'Internet, et les origines d'Internet ont déjà plus de trente ans. Ce qui est relativement nouveau se sont les différents produits qui sont issus pour la plupart de différentes technologies préexistantes, comme c'est le cas, par exemple, des multimédia. Il est observé que cette époque a de plus en plus d'objets ou de produits hybrides qui combinent à la fois ordinateurs, télécommunications, télévision, en même temps que se développent la création et la diffusion du son et de l'image, de la reconnaissance vocale, du langage parlé ou écrit, associés au téléphone mobile. Ces diverses technologies (et produits) se caractérisent par leur ambivalence et leur capacité d'hybridation.

Il s'agit aussi bien d'objets tangibles (téléphone mobiles) ou intangibles (audiovisuel), matériels (ordinateur portable) et immatériels (wifi), de biens marchands ou non marchands, de produits manufacturés ou (de plus en plus) de services.

Ces technologies envahissent progressivement tous les aspects de la vie, professionnelle et sociale, dont les frontières d'ailleurs s'estompent. Ce qui rend alors difficile d'en combattre les effets négatifs sur les individus comme sur la société, d'autant que ces technologies et leurs formes d'usage comportent des dimensions économiques, politiques et sociales mettant en cause aussi bien des responsabilités individuelles que collectives. Les TIC sont donc une réalité complexe à analyser. Aussi, la rapide obsolescence de ces produits et

---

<sup>1</sup> Marc.M, Les technologies de l'information et de la communication et les problèmes du travail et l'emploi, Aix-en-Provence, 21/07/2006, <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00087128>.

services, ce qui ne facilite pas leur identification. C'est l'ensemble de ces caractéristiques qui contribuent à la nouveauté des TIC.

Après, la détermination de la nature des TIC, on développera la signification de chaque terme du sigle de TIC :

- Le terme technologie se réfère aux matériels et aux techniques utilisées dans l'entreprise à des fins de production au sens large, de distribution, et de gestion. Le terme information est entendu au sens large. Il comprend tout ce qui peut être numérisé et traité par l'outil informatique (textes, images, sons, ensemble combinant plusieurs de ces éléments grâce à un outil multimédia).
- L'information constitue alors tout à la fois la transmission de nouvelles et le dispositif qui donne au responsable une "forme", une mise en ordre de la réalité, telle qu'elle suffise à assurer sa domination sur le gouvernement de l'entreprise.  
Il est généralement fréquent d'associer les TIC à la société d'information ce qui donne une dimension sociétale à des technologies vu leur impact étendu.  
Or, l'information suppose une communication entre un émetteur et un récepteur, le premier attendant en principe une réaction du second.  
L'information est un système complémentaire suivant trois dimensions essentielles: (Hardware, Software, Knowledge are).
- Le terme communication renvoie à l'ensemble de techniques qui permettent l'émission et la réception quasi immédiate d'une information, audio (téléphonie) écrite et numérisés (télécopie, messagerie électronique, visuelle - vidéoconférence ou visioconférence). Le traitement de l'information reçue peut être plus au moins automatisé (transferts, réponse automatique, classement automatique).

## 1.2: Définitions des TIC

Développées à l'origine pour augmenter les capacités de calcul et de communication des organisations (centres de recherche, administrations, entreprises) puis des particuliers, les TIC désignent l'ensemble des moyens matériels et logiciels utilisés dans la collecte, le traitement, l'exploitation et la diffusion des informations, ainsi que les services associés.

Plus précisément, l'Organisation de Coopération et de Développement Economique (OCDE) retient dans le périmètre des TIC<sup>2</sup> :

- les secteurs qui produisent des biens d'équipement et des biens durables électroniques, c'est-à-dire les biens bureautiques et informatiques, les équipements de réseaux et les biens d'automatisme et de contrôle nécessaires dans les processus industriels, ainsi que l'électronique grand public et le secteur des composants ;
- le secteur des services de télécommunication ;
- le secteur des services informatiques, regroupant à la fois le conseil et l'ingénierie, la réalisation de logiciels, le traitement de données et les bases de données ;
- les secteurs qui assurent le commerce, la location et la maintenance des biens et services précédents.

Alors, après la révision des classifications des TIC de l'OCDE en 2006<sup>3</sup> (annexe n°02), les TIC comprennent toutes les activités qui permettent de produire, traiter et transformer l'information et la communication, en utilisant un procédé électronique.

Parmi les auteurs qui se sont intéressés au domaine des TIC, la définition d'HERBERT SIMON (prix Nobel des sciences économiques 1978), s'est penchée sur les caractéristiques de celles ci.

Selon HERBERT<sup>4</sup> les TIC aident à rendre :

« Toute information accessible aux hommes, sous forme verbale ou symbolique, existera également sous forme lisible par ordinateur ; les livres et mémoires seront stockés dans les mémoires électroniques »

Ainsi les nouvelles technologies d'information et de communication peuvent être définies comme étant l'ensemble des technologies d'informatiques et de télécommunication, elles sont les résultats d'une convergence entre technologies. Elles permettent l'échange des informations ainsi que leurs traitements. Elles offrent aussi de nouveaux moyens et méthodes de communication.

Le tableau suivant va exposer les différentes définitions attribuées aux TIC par des organismes mondiaux et des pays développés<sup>5</sup> :

<sup>2</sup> Delvaux.S et Mignan.V, « les technologies de l'information et de communication : Quels atouts pour la région ? », NORD PAS-de-Calais, DRIRE,2008 ,p8.

<sup>3</sup> OCDE, Groupe de travail sur les indicateurs pour la société de l'information, Economie de l'information: Définitions sectorielles fondées sur la classification internationale type par industrie (CITI 4), 03 Mars 2007, p6

<sup>4</sup> Bouhenna. A, les enjeux des NTIC dans les entreprises, Université Tlemcen, p3

**Tableau n°04 : Définitions des TIC**

ONU et OCDE (1998)	Le secteur des TIC comprend les secteurs manufacturiers et des services qui facilitent la transmission, le stockage et le traitement de l'information par des moyens électroniques
États-Unis (1987)	Les industries des technologies de l'information comprend les offreurs comprenant d'une part, les offreurs (grossistes et détaillants) d'ordinateurs et d'équipements informatiques ainsi que d'instruments électroniques de mesure et, d'autre part, les logiciels et les industries de services incluant les industries qui fournissent des logiciels « prêts à l'usage » et des services associés aux ordinateurs ; les industries d'équipement de communication et de service recensant les offreurs qui fournissent des infrastructures matérielles et immatérielles permettant la connexion entre ordinateurs et serveurs
Union européenne et France (1998)	Le secteur TIC apparaît sous la forme d'une liste d'activités recouvrant trois filières : l'informatique avec la fabrication des ordinateurs et des logiciels, les télécommunications qui comprennent les réseaux et donc Internet et enfin l'électronique

**Source : Nathalie Coutinet, 2006**

En conséquence, le marché des TIC se divise en trois segments :

- électronique et équipements informatiques,
- logiciels et services informatiques,
- communications.

<sup>5</sup> Nathalie Coutinet, Définir les TIC pour mieux comprendre leur impact sur l'économie. Hermes, CNRS-Editions, 2006, <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00199011>, p5



### 1.3: Avantages et inconvénients des TIC

Les TIC sont une arme à double tranchants. Leur adoption implique des répercussions positives ainsi que négatives qui touchent les différents aspects à savoir, économiques, politiques et sociaux. Ce qui va être l'objet de la partie en bas.

#### 1.3.1. Avantages

- Le périmètre d'échanges s'est élargi et vitesse de propagation plus rapide (bouleversement au niveau de la spatialité et de la temporalité).
- Une meilleure structuration du travail : les outils et logiciels ont permis d'améliorer l'organisation du travail et d'obtenir une meilleure rationalisation quel que soit le domaine professionnel concerné.
- Un accès plus rapide à l'information : la rapidité des outils et notamment d'Internet permet à l'heure actuelle de trouver rapidement les informations dont on a besoin dans le cadre de son travail. Les salariés ont plus d'opportunités pour trouver des solutions aux problèmes survenant au quotidien.
- Un gain de flexibilité dans le travail : les TIC, notamment à travers le développement des outils de travail à distance et l'évolution des appareils mobiles, permettent de travailler de manière moins rigide. Il est, par exemple, possible de travailler à distance via des systèmes de visioconférence ou d'accéder à un environnement de travail même si l'on ne se trouve pas physiquement sur son lieu de travail.
- Une réduction des coûts : la dématérialisation, l'automatisation de certains aspects ou processus de travail peuvent permettre de réduire les frais d'activités d'une entreprise.
- Une amélioration de la qualité du travail et de la performance : les TIC apportent des outils permettant de mieux réguler le flux de travail et d'avoir une analyse plus approfondie du travail produit, que le résultat soit matériel ou non.
- Amélioration de la compétitivité des entreprises et faire bénéficier des opportunités offertes par un marché plus vaste et hautement dynamique.
- Elle conduit aussi à de nouvelles sources de revenus, à l'amélioration des relations avec les clients et partenaires et de façon générale, à une meilleure efficacité grâce à l'emploi de systèmes de gestion des connaissances.

### 1.3.2. Inconvénients

-Un renforcement du contrôle de l'activité des salariés : Les TIC peuvent entraîner une réduction de l'autonomie des employés dans la mesure où elles permettent de rationaliser le travail et d'avoir un meilleur suivi et une meilleure traçabilité du travail produit. Des contrôles poussés et une politique de résultats trop forte peuvent réduire l'autonomie des salariés et entraîner un sentiment de déresponsabilisation.

-Augmentation du rythme et de l'intensité du travail : Les technologies de l'information et de la communication peuvent être une source de stress pour les salariés. Ces derniers sont dépendants des outils qu'ils utilisent mais sont également tributaires des incidents techniques liés aux TIC à l'image des coupures de réseaux, des pannes logicielles... Ces incidents sont susceptibles d'altérer le rythme de travail et d'entraîner du stress et de lourdes contraintes, a fortiori pour les personnes au contact des clients.

- Le brouillage entre la sphère du travail et la sphère de la vie privée : La facilité d'accès grandissante aux outils de travail, notamment à distance, a tendance à brouiller la frontière entre le monde du travail et la vie privée. Cela entraîne un risque d'augmentation du nombre d'heures travaillées et l'apparition de risques psychosociaux.

-Un impact sur la santé des salariés : En travaillant au contact des TIC, les salariés se retrouvent un peu exposés aux ondes magnétiques. Par ailleurs, l'activité sur écran entraîne souvent une fatigue visuelle et même peut provoquer l'apparition de troubles musculo-squelettiques.

-Un affaiblissement des relations humaines : Ce phénomène n'est pas systématique et concerne essentiellement les structures employant un très grand nombre de salariés.

-Piratage: Les entreprises subissent des conséquences financières énormes et la rend totalement vulnérable. Plusieurs piratages sont recensés tels que : la fraude (falsification de la taxation, utilisation abusive des ressources), la rupture de confidentialité (Interception et enregistrement des conversations, écoute téléphonique, écoute des boîtes vocales) et la rupture d'intégrité (intrusion sur le système téléphonique, attaques virales du système comme les virus, destruction ou altération des données et des fichiers, modification des données de programmation, dégradation physique des équipements). A titre d'exemple, le piratage en Russie, a coûté aux compagnies américaines 1,7<sup>6</sup> milliards de dollars chaque année, selon une estimation de l'Alliance Internationale de la Propriété Intellectuelle (AIPI) en 2005.

---

<sup>6</sup> Chehrit Kamal, L'OMC, Synthèse et présentation, 3<sup>ème</sup> édition, Grand-Alger-Livres, Alger, 2007, p136

## Section 2: L'impact des TIC sur la performance des économies

La nouvelle ère économique est basée sur la numérisation et l'informatisation des secteurs économiques. En effet, nul ne peut contester que les TIC constituent un enjeu majeur dans le développement économique des entreprises. Leur introduction a profondément modifié le mode de fonctionnement et d'organisation des entreprises ainsi que la méthode dont les personnels échangent des informations, communiquent, travaillent et commercent.

De nos jours, tout processus de développement économique et social réserve une place de plus en plus importante aux technologies de l'information et de la communication et au savoir. En effet, ces deux éléments constituent des facteurs décisifs de transformation rapide des modèles économiques et sociaux en raison de leurs effets transversaux sur tous les secteurs de l'industrie et des services, de leur capacité à accélérer la circulation de l'information et de la forte valeur ajoutée induite par ce nouvel actif immatériel qui est, le savoir.

Les nations les plus puissantes du monde ont vu leur croissance dopée par la priorité accordée à ces deux facteurs, source principale de création de richesse et de gain de compétitivité.

En effet, la bataille du numérique et la valorisation du capital humain sont à la base des enjeux du développement économique et social et de la préparation des pays aux défis de la globalisation. La modernisation des économies est ainsi inconcevable sans une domestication rapide du numérique par l'ensemble des acteurs économiques et sociaux (administrations, entreprises, citoyens) et sans une approche efficace et performante de développement du capital intellectuel, dont le vecteur clé est l'investissement en recherche – développement et innovation et en éducation -formation.

### 2.1: L'impact des TIC sur la croissance de la productivité

Les TIC soutiennent la croissance de la productivité de trois façons principales<sup>7</sup>:

- l'investissement dans le capital des TIC contribue à l'augmentation du capital et de la productivité de la main-d'œuvre

---

<sup>7</sup> OCDE, Groupe de travail sur les indicateurs pour la société de l'information, Mesurer les impacts des TIC au moyen des statistiques officielles, 04 janvier 2008, p 10

- les progrès technologiques dans la production de biens et de services de TIC contribuent à une augmentation rapide de la productivité dans les secteurs de production de TIC
- une plus grande utilisation des TIC dans tous les secteurs améliore l'efficacité des entreprises, ce qui augmente la productivité générale de l'économie.

En conséquence, la productivité dans le secteur des TIC peut améliorer la productivité globale d'une économie, mais aussi, les économies prospères ont le plus souvent une diffusion rapide des TIC, particulièrement, dans les industries des services.

Une étude économique Oxford réalisée en 2011<sup>8</sup> a examiné comment les TIC peuvent améliorer la productivité et la compétitivité en Europe en faisant une analyse des corrélations entre les investissements dans les TIC et les niveaux de productivité. L'étude met en lumière que les gouvernements jouent un rôle de pivot dans le soutien à l'investissement dans les TIC et à leur utilisation. Elle montre une corrélation positive entre les pays avec des politiques publiques liées aux TIC et la croissance de la productivité.

Les pays ayant mis en place des politiques TIC efficaces tendent à avoir une productivité importante et, inversement, les pays avec des politiques TIC peu efficaces tendent à avoir un niveau de productivité plus bas.

En particulier, l'étude montre que si, avant l'année 2020, l'Europe était capable d'augmenter son investissement dans les TIC pour rejoindre le niveau d'investissement des États-Unis (proportionnellement à la taille de son économie), le niveau du PIB augmenterait de 5% en moyenne pour les pays européens (ce qui correspond à 760 milliards d'euros selon les estimations actuelles, l'équivalent de 1500 €/personne). Les pays ayant sous-investi dans le secteur par le passé bénéficieraient le plus d'une telle augmentation de l'investissement. Par exemple, dans le cas de l'Espagne et de l'Italie, qui ont seulement la moitié du niveau d'investissement des États-Unis, l'impact sur le PIB serait de plus de 7%<sup>9</sup>. Si les gouvernements mettaient en place les conditions nécessaires, faisant en sorte que leurs lois encouragent la réforme du marché, l'investissement s'ensuivrait.

---

<sup>8</sup> ICC, L'Impact d'Internet et des TIC sur la création d'emploi et sur la croissance économique, Numéro du document:373/520 – (23 juillet 2012), p 7

<sup>9</sup> Ibid-dem

## 2.2: L'impact des TIC sur l'emploi

L'Organisation Internationale du Travail (OIT) souligne que la diffusion des TIC dans les pays en développement crée des millions d'emplois de nature différente tels que<sup>10</sup> :

- Les personnes directement employés dans les télécentres, les cybercafés et autres boutiques liée à l'Internet et au téléphone portable.
- Les emplois d'encadrement pour la formation à l'informatique, l'assistance, la maintenance des outils, la réparation des appareils, la vente de cartes téléphoniques.
- Les personnes qui ont pu trouver du travail par le biais d'Internet, créer leurs propres entreprises ou étendre le champ de leurs activités.

Les TIC ouvrent de nouvelles perspectives pour créer des emplois et remédier ainsi au chômage. Les bourses de travail en ligne, qui mettent en relation les candidats et employeurs du monde entier, aiderait près de 12 millions<sup>11</sup> de personne à se faire embaucher. Des sites comme « Babajob » en Inde, « Duma et M-Kazi » au Kenya ou « Souktel » au Moyen Orient et en Afrique du Nord proposent des services de recherche d'emplois par internet ou via les technologies mobiles. A l'instar de « Souktel » qui cible les communautés à faible revenu, ils améliorent l'inclusion sur les marchés de l'emploi.

Les TIC permettent également d'opter pour des formes d'emplois de travail inédites et plus souples<sup>12</sup> :

- Les contrats en ligne:** surtout pour les entreprises de faibles taille, s'appuient sur les TIC pour élargir l'accès aux offres d'emplois comme les services de Elance qui a un connu un succès en 2012 avec 2,5 millions d'annonces qui ont été publié, pour des taches allant de la rédaction de courriers ou services clientèles à la conception de logiciels.
- Les plateformes de micro-travail:** à citer « Cloude Factory », « Mobile Works » ou « Sama Source » qui permettent de décomposer des processus complexes en tâches distincts de moindre envergure qui sont confiées à des travailleurs, indépendamment de leur lieu de résidence. Pour les analystes, ce marché qui représente 01 milliard de dollar en 2015 pourrait atteindre les 5 milliards à l'horizon de 2018.

<sup>10</sup> Chevalier.J-M et Ouedraogo. N, le micro-capitalisation : le rôle des nouvelles technologies d'information et de communication (NTIC) dans le développement des économique, p 4-7.

<sup>11</sup> Www. Groupe Banque Mondiale.Org: La connectivité au service de l'emploi dans le monde: Comment les TIC élargissent les perspectives professionnelles, 10 septembre 2013, Date de consultation: 12.03.2015

<sup>12</sup> Ibid-dem

### 2.3: Les TIC sont un appui à l'agriculture

Les TIC peuvent représenter un soutien significatif aux activités agricoles. L'utilisation des ordinateurs et l'Internet fournissent des informations sur les techniques permettant d'améliorer les rendements agricoles.

Dans les pays pauvres, la majorité des populations vivent dans des secteurs ruraux. Les TIC peuvent les aider en fournissant les informations utiles sur les soins à apporter aux récoltes, aux animaux, l'utilisation d'engrais, la lutte contre la sécheresse et les techniques d'irrigation, la prévision du temps (climat), l'utilisation adéquate de pesticides pour lutter contre les parasites et l'approvisionnement en semences au prix du marché.

A titre d'exemple, dans certaines régions de l'Inde<sup>13</sup>, tous les fermiers moissonnaient leurs tomates en même temps. Ainsi, pendant les périodes de récolte, la surabondance de tomate sur les marchés provoquait alors la chute des prix. Et, hors saison de cueillette, les prix étaient très élevés. Mais depuis 2013, les fermiers emploient un réseau de télécentre<sup>14</sup> pour coordonner leurs récoltes de sorte qu'il y ait un approvisionnement régulier sur les marchés et donc des prix plus stables et des revenus réguliers.

### 2.4: Les TIC et l'entrepreneuriat

Les TIC facilitent la création d'entreprise, avec un potentiel important, en :

- Permettant aux pauvres d'avoir accès au capital financier.
- Augmentant la qualité du capital humain grâce aux informations (informations juridiques sur la création d'entreprise, des conseils techniques quant à la création de l'entreprise, la mise en valeur et le développement des PME etc.) à l'éducation et à la formation qu'elles peuvent offrir.
- En élargissant leurs débouchés et leurs marchés à une clientèle plus large (nationale et internationale).

Par exemple, la Grameenphone (entreprise de télécommunication à Bangladesh), en collaboration avec la Grameen Banque (fondée par Muhamed Yunus, prix Nobel de la paix en

<sup>13</sup> Chevalier.J-M et Ouedraogo. N, Op-cité, p4

<sup>14</sup> Est un centre local qui offre une partie ou la totalité des services suivants : services d'informations, services des télécommunications et des données à tous les membres de la communauté. A cet effet, le Télécentre utilise les ressources des télécommunications et de l'informatique, comme facteur de développement socio- culturel, économique et politique.

2006), prête des sommes à des villageois au Bangladesh qui achètent un téléphone portable, ensuite, ceux-ci, contre paiement, accordent l'accès au téléphone à leur entourage. Une étude de l'Agence Internationale Canadienne pour le Développement (AICD)<sup>15</sup> a révélé que cette pratique est un succès, chaque téléphone génère un revenu moyen de plus de 100 USD par mois.

## **2.5: L'impact des TIC sur le développement du secteur touristique**

Le tourisme étant un secteur à forte intensité d'information et profite dans une large mesure des TIC. Ces dernières ont un impact profond et positif sur le tourisme<sup>16</sup> en ouvrant des débouchés au niveau mondial, en améliorant les flux d'information et en réalisant des gains d'efficacité grâce à une meilleure organisation. Internet, en particulier, modifie profondément la diffusion des produits et services touristiques ainsi que la structure du marché et le comportement des consommateurs. Il représente un circuit de distribution en pleine croissance, complémentaire des filières traditionnelles, pour les consommateurs, les entreprises de tourisme telles que les hôtels, les sociétés de transport, les entreprises de loisirs et les distributeurs, notamment les agences de voyages. Il donne aux prestataires des pays la possibilité d'accéder directement aux marchés internationaux et de promouvoir une offre touristique diversifiée tirant parti des ressources culturelles et naturelles à un coût relativement faible.

Les TIC sont un moyen de stimuler la coopération entre les acteurs du secteur et permettent ainsi aux pays en développement de mieux maîtriser l'organisation et la promotion de leurs services touristiques, ainsi que leur image de marque. Ils constituent des éléments essentiels d'intégration des activités touristiques locales dans les réseaux de distribution, condition que des stratégies, des compétences et des mécanismes de coopération adaptés soient conçus et mis en place par toutes les parties intéressées. Ainsi, le recours aux TIC pour développer le tourisme peut procurer des avantages économiques en augmentant les recettes (Balance des services ou invisibles) engrangées par l'économie locale et en contribuant au développement interne.

---

<sup>15</sup> Ibid-dem

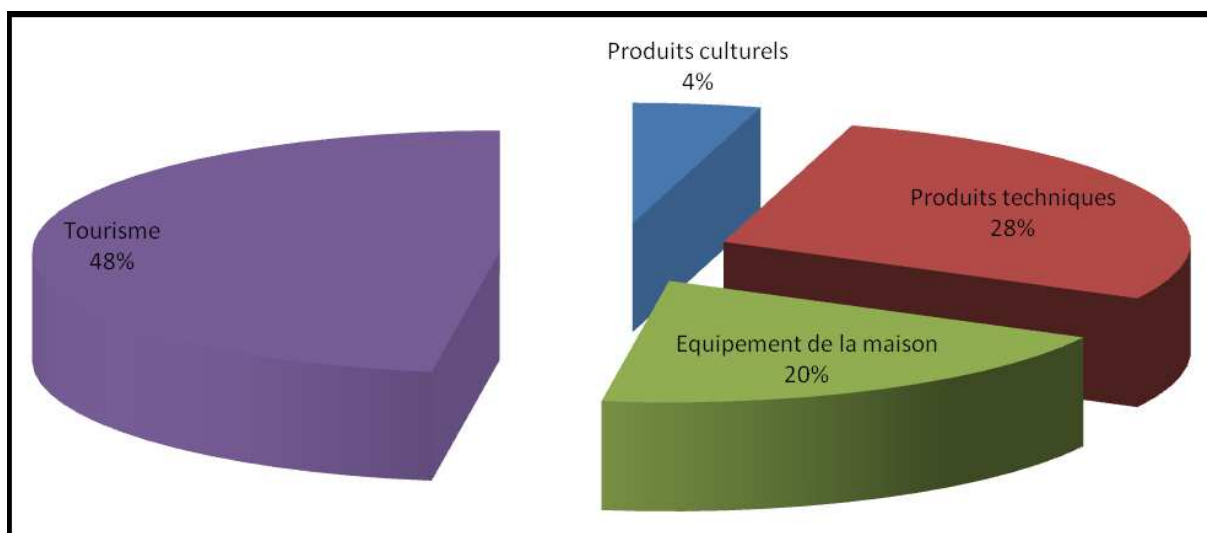
<sup>16</sup> Document : CNUCED, Les TIC et le tourisme dans une optique de développement, Genève, 30 novembre-2 décembre 2005, P5.

En effet, la plupart des travaux et réflexions existants mettent en évidence l'importance des TIC dans le secteur du tourisme. Ainsi, par exemple, depuis la fin des années 90<sup>17</sup>, le secteur du tourisme était le premier secteur sur le web. Selon l'INSEE (Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques), le secteur des voyages (transport, agences de voyage) comptait déjà en 2003 pour plus de 25% du total des ventes sur Internet. Il se situait au premier rang de ces dépenses, juste devant l'hôtellerie-restauration (qui comptait quant à elle pour plus de 12% des ventes sur Internet). En 2010, le tourisme se situait à la première place en comptant pour 30 à 40% des ventes en ligne des entreprises françaises.

Dans le même ordre d'idées, des enquêtes françaises ont été menées, par exemple, le cabinet Raffour interactif a montré que plus de 90%<sup>18</sup> des voyageurs s'informent sur Internet avant d'aller en agence ou encore que plus de la moitié des touristes français font leurs préparatifs sur le net.

Une autre enquête menée par la Fevad a montrée quant à elle que le tourisme se caractérise bien par le plus gros panier moyen sur le web la montre la (figure n°05). Le panier moyen dans le e-tourisme s'élèverait ainsi en France à 258 euros soit nettement plus que les produits techniques (153 euros) ou encore l'équipement de la maison (106 euros).

**Figure n°05 : Panier moyen des différents produits et services achetés en ligne en euros sur les six derniers mois de l'année 2010**



Source: Gallouj. C et Leroux. E, 2011

<sup>17</sup> Revue : Gallouj. C et Leroux. E, « E-tourisme, innovation et modes d'organisation », Management & Avenir 2011/2 (n° 42), CAIRN.INFO, P 218-219.

<sup>18</sup> Ibid-dem



## **Section 3: L'impact des TIC sur le développement des entreprises à l'international**

En utilisant efficacement les TIC, les entreprises peuvent réaliser des gains de productivité, renforcer leur compétitivité et contribuer ainsi à une croissance économique durable, condition à la réduction de la pauvreté. De plus, les TIC augmentent les possibilités des pays de participer aux marchés internationaux. L'adoption des TIC permet le développement du marché de l'entreprise.

L'émergence de ces TIC, principalement, l'utilisation de l'internet, a offert aux entreprises une possibilité de promouvoir leur développement à l'international par l'accroissement de leur capacité à exporter. L'Internet transforme les modalités de production, de livraison, de vente et d'achat des biens et services. Il met en relation un nombre croissant de personnes et d'entreprises. L'utilisation d'internet permet aux acteurs défavorisés (par exemple, aux propriétaires de petites entreprises) d'entrer dans l'économie moderne en leur donnant accès à des informations, des communications et à un savoir qui étaient auparavant hors de leur portée. A ce titre, l'utilisation du commerce électronique (faire connaître le produit et décrocher des contrats de ventes) permet d'accéder au marché mondial à un coût faible voire même nul.

La section qui suit portera en premier temps sur l'importance de l'Internet pour une entreprise, et second temps, sur l'effet des TIC sur le développement des entreprises à l'extérieur notamment par le biais du commerce électronique.

### **3.1: Les enjeux d'une présence de l'entreprise sur l'Internet**

La révolution technologique en route depuis une demi-douzaine d'années semble modifier en profondeur la nature des entreprises de demain et les modes de production. De nouveaux schémas organisationnels voient le jour, si bien qu'il s'agit de la révolution Internet. L'intérêt et les avantages offerts par Internet à une entreprise sont multiples et ne peuvent être ignorés. Un site Internet représente les caractéristiques suivantes <sup>19</sup>:

#### **3.1.1. Un outil de communication institutionnelle**

Une présence sur le Web permet à une entreprise de construire ou de renforcer son image institutionnelle dont l'impact sera bénéfique sur l'image de son offre. Présenter ses

---

<sup>19</sup> Lannoo. P et Ankri. C, e-marketing et e-commerce, 2<sup>ème</sup> édition, Paris, Vuibert, Juillet 2007, p17

performances, affirmer son positionnement et sa philosophie sont autant d'opportunités qu'un site Internet permet de saisir pour présenter positivement sa marque. Internet peut aider une marque à restaurer sa notoriété ou faire parler d'un produit. Cette présence virtuelle offre en outre à une entreprise la possibilité de communiquer sur ses actions prises à l'égard, par exemple, de la société ou même qui visent la protection de l'environnement.

### **3.1.2. Un outil de présentation des produits ou services**

La disposition des catalogues numériques pour présenter les produits et services sur le net procure à l'entreprise divers avantages tels que la réduction des coûts lui permettant une commercialisation plus efficace et plus générale.

### **3.1.3. Un outil relationnel avec des clients**

Le renforcement de la relation commerciale apparaît également comme un objectif important pour les entreprises. Internet est utilisé comme un outil de veille concurrentielle pour comprendre et anticiper les besoins du client et l'évolution du marché. Les sites Internet jouent un rôle d'intermédiaire entre le réseau de distributeurs et les clients. Ils recueillent de nombreuses informations sur leurs visiteurs : ceux-ci peuvent laisser leurs remarques sur le site, les constructeurs réalisent par Internet des enquêtes d'opinion...etc. Les entreprises peuvent ainsi non seulement mieux prévoir les ventes mais aussi adapter leurs offres aux besoins des clients.

Par ailleurs, Internet permet de mieux informer les clients. La mise à disposition de la clientèle du catalogue de ses produits donne aux clients la possibilité de connaître les stocks disponibles ou encore de contacter le concessionnaire le plus proche. De même, les équipementiers vendant sur le marché de la seconde monte mettent en ligne leurs catalogues de produits. Dans ce cas, le catalogue peut être réactualisé en permanence, ce qui réduit les coûts de production des catalogues "papier". Ce renforcement de la relation commerciale peut amener les entreprises à segmenter leur clientèle. Celles qui créent des systèmes de e-procurement y font souvent participer leurs clients les plus fidèles avec lesquels ces entreprises veulent créer une relation privilégiée.

Ainsi, les clients stratégiques se voient proposer des services ciblés par rapport à leurs besoins alors que les échanges d'informations avec ceux jugés non stratégiques restent traditionnels

### 3.1.4. Un outil de vente à des particuliers ou des professionnels

Vendre sur Internet procure de nombreux avantages. Ce canal de distribution permet, entre autres:

- de raccourcir le circuit de distribution entre le consommateur et le producteur.
- de personnaliser la relation avec ses clients.
- de proposer un éventail de produits et services exhaustif qu'il convient désormais d'actualiser en temps réel (alors qu'un catalogue papier n'est plus à jour dès sa parution).
- de toucher une clientèle plus éloignée (rurale, internationale...).
- de réduire les frais de transaction et de gestion des commandes.

Pour les sociétés de service, l'une des motivations de la vente sur le net est l'augmentation du taux de satisfaction.

La recherche d'information est fondamentale pour les entreprises. Qu'il s'agisse des exportateurs ou d'importateurs, la connaissance des marchés, des acteurs (clients ou fournisseurs), des normes réglementaires, des habitudes de consommation est indispensable pour sécuriser les achats ou les ventes à l'international et pour choisir les bonnes options stratégiques et les politiques commerciales adaptées. Les sources d'information sont multiples et toujours plus nombreuses. Effectivement, l'Internet est considéré comme l'une de ses sources de collectes d'information à l'international. Cependant, pour que le travail de collecte soit bénéfique pour l'entreprise, il est impératif qu'elle soit vérifiée, recoupée, retraitée avant d'être analysée et intégrée dans le système d'information de l'entreprise.

## 3.2: Le commerce électronique

Internet est un outil exceptionnel de communication et d'échanges à travers le monde. Mais c'est aussi un facteur clé de croissance et de création d'emplois dans les pays, selon le Groupe de la Banque mondiale<sup>20</sup>.

En effet, avec l'essor de l'Internet, les échanges sont entrés dans une autre dimension celles des échanges internationaux, car il ne s'agit plus d'accélérer les communications avec les partenaires habituels mais de bâtir une véritable plate-forme d'échanges standardisés. De nouvelles normes d'échanges s'appuyant sur Internet, toute entreprise quelque soit sa taille et sa localisation pourra, à la simple condition de disposer d'une liaison Internet, s'équiper d'un système logiciel fondé sur ces nouvelles normes et entrer en contact commercial avec l'ensemble des autres acteurs économiques mondiaux.

---

<sup>20</sup> Rapport du Groupe de la Banque Mondiale : Information and Communications for Development 2009: Extending Reach and Increasing Impact

Dans cette dynamique, les TIC ont donné de nouvelles occasions aux grandes entreprises, mais aussi aux PME d'augmenter leurs ventes, d'élargir leurs débouchés et leurs marchés. Les TIC permettent aux entreprises de diffuser plus largement leurs produits en les proposant dans différents pays. Par ailleurs, elles permettent d'augmenter le nombre d'activités et de services pouvant être délocalisées. Ceci stimule la gestion et la diversification efficace des chaînes d'approvisionnements et améliorer la logistique des marchandises et des services à travers les frontières nationales.

D'autre part, la capacité d'avoir une assistance technique, d'obtenir des informations sur les marchés ainsi que la possibilité de réaliser des transactions électroniques augmentent les débouchés des biens et services des pays et, donc, l'efficacité des marchés économiques.

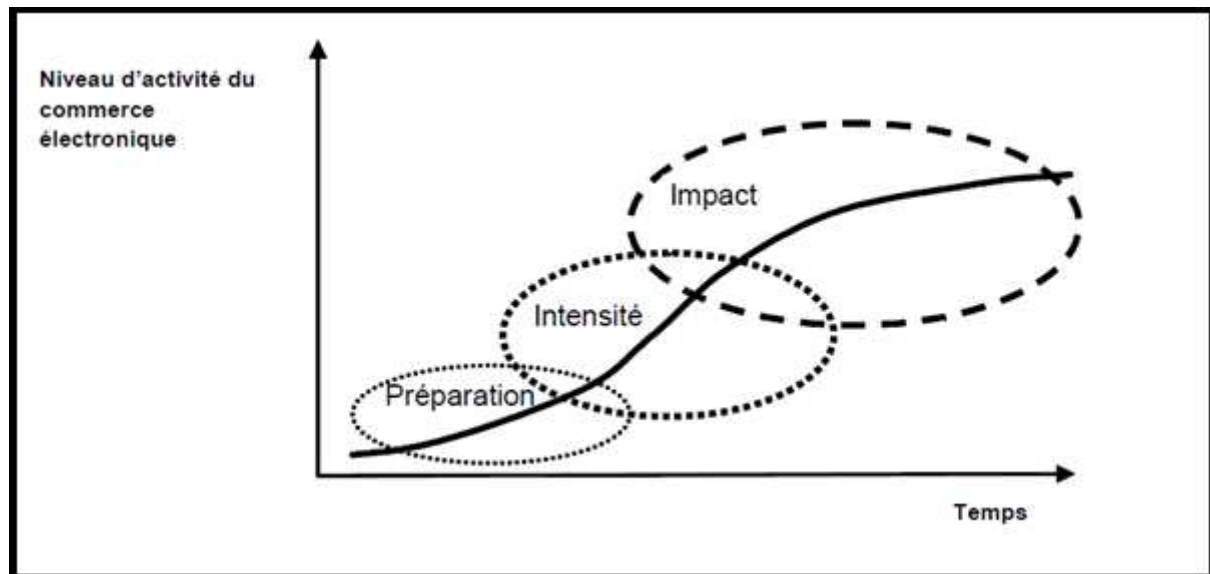
L'e-commerce peut bénéficier au pays de plusieurs manières<sup>21</sup> :

- En permettant aux entreprises locales d'accéder aux marchés globaux
- En leur fournissant de nouvelles occasions d'exporter leurs marchandises et services
- En améliorant l'efficacité interne des pays

L'OCDE a mis en place un modèle d'évaluation du commerce électronique pour démontrer sa contribution à l'échelle nationale et même à l'échelle de l'entreprise. En effet, il s'agit de la courbe en S, présentée dans la figure n°06 ci-après, comprend trois stades proposés pour la mesure du commerce électronique : préparation, intensité et impact.

---

<sup>21</sup> .J-M et Ouedraogo. N, le micro-capitalisation : le rôle des nouvelles technologies d'information et de communication (NTIC) dans le développement des économique, p 5.

**Figure n° 06 : La courbe en S : priorités pour la mesure du commerce électronique**

Source: OCDE 2000

Ce cadre est élaboré à l'origine pour décrire les indicateurs du commerce électronique, et on distingue les stades suivants<sup>22</sup>:

#### **A: Préparation électronique**

Préparer les infrastructures techniques, commerciales et sociales nécessaires au commerce électronique. Les indicateurs de la « préparation électronique » permettent aux pays de se former une image statistique de l'état de préparation de l'infrastructure nécessaire pour s'engager dans le commerce électronique.

#### **B: Intensité électronique**

L'état du commerce électronique du point de vue de l'utilisation en matière de volume, de la valeur et de la nature des transactions sont les indicateurs de « l'intensité électronique » qui permettent à un pays de distinguer qui tire parti des possibilités du commerce électronique et qui ne le fait pas, et de déterminer les secteurs et les applications de pointe.

<sup>22</sup> OCDE, Groupe de travail sur les indicateurs pour la société de l'information, Mesurer les impacts des TIC au moyen des statistiques officielles, 04 janvier 2008, p 6

### **C: Impact électronique**

L'impact électronique concerne la valeur ajoutée éventuellement créée par le commerce électronique. Des statistiques sont nécessaires pour déterminer si, et dans quelle mesure, le commerce électronique est significativement bénéfique du point de vue de l'efficacité et/ ou de la création de nouvelles sources de richesse.

### **3.3. Les exportations des TIC dans le monde**

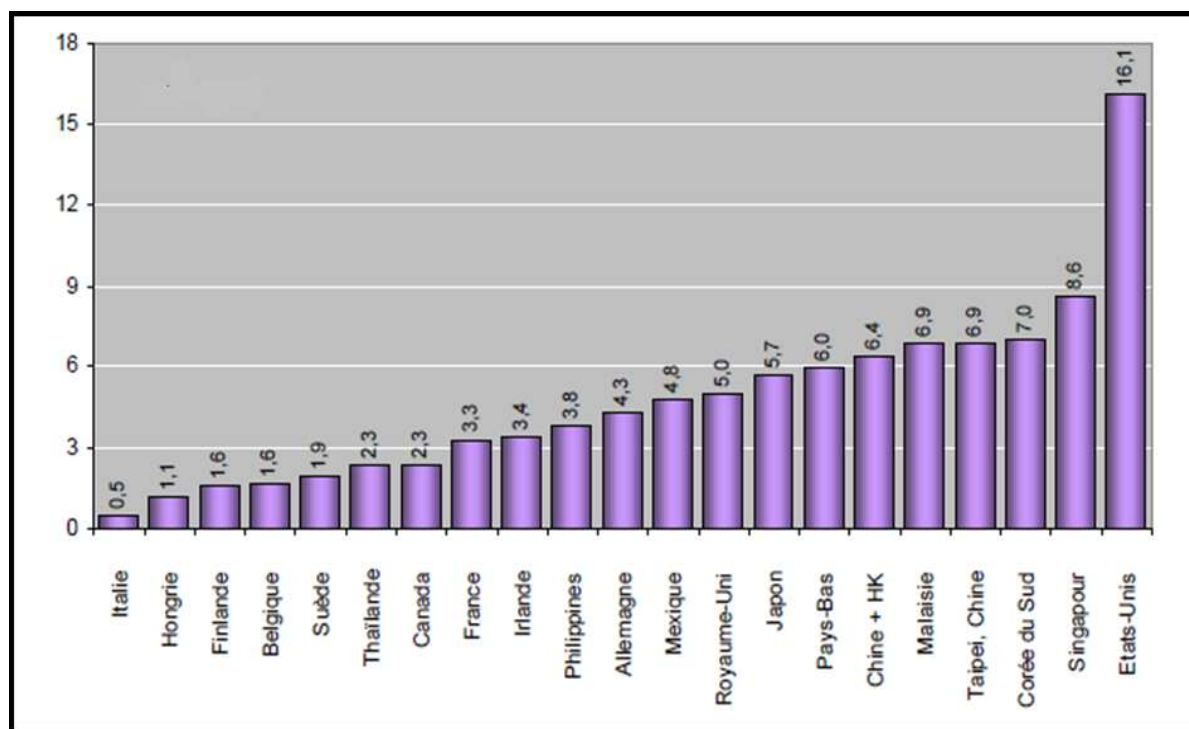
L'évolution de la localisation des capacités de production a substantiellement modifié la distribution des exportations dans les TIC. Les exportateurs les plus dynamiques ont ainsi beaucoup changé entre les décennies 1990 et 2000. Les États-Unis étaient le premier contributeur à la croissance des exportations au cours de la décennie 1990, alors que, depuis 2000, la Chine est de très loin le premier contributeur à la croissance des exportations mondiales. Entre 1996 et 2006, les exportations chinoises de TIC ont progressé en moyenne de 38 %<sup>23</sup> par an. Depuis 2000, la Corée du Sud et l'Allemagne ont aussi accru leur contribution à la croissance des exportations, alors que la contribution des États-Unis et du Japon a été négative.

Le graphique n°07 suivant indique aussi que la Hongrie a sensiblement augmenté sa contribution à la croissance des exportations mondiales de TIC, alors que l'Irlande a vu la sienne devenir négative. Cette tendance correspond à une certaine relocalisation des opérations d'assemblage dans l'électronique et l'informatique de l'Irlande vers la Hongrie.

---

<sup>23</sup> Miotti. L et Sachwald. F, commerce mondial: le retour de la « la vieille économie » ?, 75740 Pris CEDEX 15-France, Eur-Ifri, 2006, P 19

**Figure n°07: Contributions à la croissance des exportations mondiales de TIC, 1992-2006**



Source: Miotti. L et Sachwald. F, 2006

Cette dynamique se traduit par des changements significatifs dans les parts de marché: le Japon laisse la place de premier exportateur aux États-Unis au cours de la décennie 1990, puis la Chine conquiert la première place au début de la décennie 2000. En une décennie, la part de marché du Japon a été divisée par plus de 2 et celle de la Chine, multipliée par 5. La Corée du Sud, la Thaïlande et Singapour ont, eux, maintenu leur part de marché mondiale. L'Allemagne reste le premier exportateur européen de TIC et regagne des parts de marché depuis 2004.

La part de marché de l'Irlande et du Mexique<sup>24</sup>, qui avaient bénéficié de l'implantation d'unités de production américaines dans les années 1990, fléchit légèrement. La Hongrie est dans une position inverse grâce à l'implantation de multinationales depuis les années 1990 ; sa part dans les exportations mondiales, presque nulle en 1992, atteint 1,3 %, soit une multiplication par 13. En 2006, sa part de marché est devenue supérieure à celle de la Finlande.

<sup>24</sup> Ibid, p20

Ces différentes évolutions traduisent une certaine maturation des TIC et un déplacement du centre de gravité de la production vers des zones à bas salaires. Pour les produits les plus intensifs en main-d'œuvre, la Chine bénéficie de l'implantation d'activités qui étaient précédemment localisées dans des pays émergents, comme le Mexique ou la Hongrie. Elle a bénéficié aussi de la réorganisation des chaînes de valeur à l'échelle régionale, avec des délocalisations d'opérations par des entreprises implantées en Corée ou à Taiwan.

L'analyse mériterait d'être détaillée par secteur où la dynamique des exportations mondiales varie au sein des TIC. Au sein du secteur RTC<sup>25</sup> (radio, télévision et communication) les composants ont connu une progression dynamique depuis les années 1990, alors que la croissance des exportations d'émetteurs a fléchi depuis 2000. Les récepteurs, tels les téléphones portables ou les récepteurs de télévisions, ont connu une évolution inverse. Le dynamisme des exportations de composants et de récepteurs RTC depuis 2000 peut s'expliquer par la conjonction d'une demande forte pour les terminaux et d'une division verticale du travail, qui génère des échanges de composants et contribue à réduire le coût des terminaux. La part de marché de la Chine dans les terminaux RTC est, particulièrement, élevée de 22 % des exportations mondiales. La Chine a enregistré un surplus commercial important dans cette activité, même s'il est inférieur au surplus généré par les échanges d'ordinateurs. Elle a enregistré en revanche des déficits dans les différents composants des produits TIC, tels les circuits intégrés, les semi-conducteurs et les tubes pour télévision.

Cette analyse du secteur des TIC permet de souligner à nouveau que si les exportations de la Chine montent en gamme, elle n'est pas encore capable de tout produire et se concentre sur les opérations d'assemblage des produits de haute technologie.

#### **Section 04 : Les obstacles au développement des TIC dans les pays en développement**

Le principal défi des PED est de permettre à tous les segments de la société, notamment, les entreprises qui bénéficient des avantages qu'offrent les TIC. Pour y est arrivé, de nombreux obstacles doivent être levés. Ces obstacles sont d'ordres technologiques mais également, financiers, politiques, socio-culturels et moraux.

---

<sup>25</sup> Ibid, p21



## **4.1. Contrainte technologique**

Le principal obstacle au développement des TIC dans les PED est la difficulté d'accès aux technologies elles-mêmes. Environ trois milliards de personnes ne sont pas raccordés aux réseaux de télécommunication. Par ailleurs, certains équipements deviennent obsolètes provoquant par fois des problèmes de compatibilité entre les technologies d'information et de communication des pays industrialisés qui sont à la pointe de la technologie et ceux des PED.

Une contrainte importante est celle de l'accès à l'électricité, indispensable pour faire fonctionner les TIC. Plus de 1.5 milliards d'individus n'ont pas accès à l'électricité donc au développement économique. Même lorsque l'électrification a été faite, le réseau est très fréquemment perturbé par des coupures et des variations de fréquence. L'électrification par réseau peut par fois être remplacée par des centres de production décentralisés de diesel. C'est une orientation qui est fortement encouragée dans les programmes des Nations Unies pour le développement (PNUD).

Un autre problème technologique est la croissance exceptionnelle du trafic sur Internet. L'augmentation du nombre de serveurs et l'intensification du trafic crée des congestions qui empêchent l'utilisation efficace de l'Internet dans les pays pauvres dotés d'équipements plus lents.

## **4.2. Contrainte financière**

Les coûts élevés des TIC constituent l'un des principaux obstacles à leur développement dans les pays pauvres. Ce sont des coûts liés à l'infrastructure, l'acquisition du matériel, aux tarifs des télécommunications.

Les coûts d'accès aux services de télécommunication sont très élevés dans les pays en développement et gênent ainsi les progrès et l'innovation en matière de TIC. Les coûts de connexion sont également élevés, les appels de longue distance ou destinés à l'étranger sont toujours coûteux et les informations de qualité sont souvent payantes.

## **4.3 : Obstacles dus au continu et à l'interface**

Le sujet de l'accès au continu pose de multiples questions plus complexes que les coûts. Les produits de nouvelle technologie sont produits dans les pays industrialisés, ils ne

reflètent donc pas la culture, les expériences et les priorités de beaucoup d'utilisateurs courant et potentiel du pays en développement.

Vue la trop grande quantité d'information sur le web. Il n'est pas facile pour les habitudes des pays en développement de connaître, de tirer et d'isoler les informations les plus pertinentes dont ils ont besoin.

La langue peut être aussi une barrière sérieuse pour accéder au contenu des nouvelles technologies. Le logiciel principal de navigation couramment employé pour accéder à l'information ne peut pas identifier efficacement les caractères non romains et la majorité d'informations disponibles sur l'Internet est en anglais. De même, les fonctions de téléphone portables sont souvent dans les langues des pays développés (ou en arabe) ce qui limite leur accès par les habitants des pays en développement.

#### **4.4 : autres obstacles**

De nombreux obstacles s'ajoutent à ceux que nous avons déjà mentionnés précédemment :

- La liberté d'expression et propriété intellectuelle, ces problèmes complexes se posent dans la majorité des pays mais avec une plus grande acuité dans les pays pauvres qui ont peu d'infrastructures et de ressources financières et humaines pour les résoudre.
- Des obstacles liés à l'éducation et à la formation, la capacité d'accéder efficacement au TIC dans les pays en voie de développement est sévèrement contrainte par le manque de ressources humaines. D'une part, beaucoup d'habitants des pays pauvres manquent d'un minimum d'instruction, nécessaire pour une utilisation efficace des TIC. D'autre part, il y a dans ces pays, un manque énorme de personnel, techniquement qualifié pour entretenir les infrastructures des TIC. L'utilisation et l'entretien des TIC nécessitent des spécialistes de télécommunication qui sachent concevoir, programmer, installer et maintenir les réseaux de communication. De plus, puisque l'essentiel du contenu d'Internet et le langage de programmation sont en anglais, une formation poussée en langue s'impose.
- Les obstacles éthiques, politiques et institutionnels.

## Conclusion

A l'ère de la vitesse et de l'informatisation, nul ne peut s'en passer de l'utilisation des techniques d'information et de communication.

Au plan économique, l'économie mondiale d'une manière générale est en train de basculer d'une économie basée sur les ressources naturelles vers une économie basée sur le savoir et l'information. Et c'est là que l'innovation trouve son plein essor dans le sens où elle a permis de transformer des idées à travers un processus particulier dans des produits ou des services qui ont une valeur ajoutée, économique ou sociétale, plus importante. De ce point, la grande importance donnée aux TIC s'explique par son impact positif sur le rendement de l'entreprise, d'une part, qui les aident à mieux contrôler et gérer leurs stocks, en facilitant également leur comptabilité, leur vente, leur distribution, leur recherche de conseils légaux sur les échanges ainsi que leur organisation du travail. Autre part, sur l'économie, en général, en stimulant la croissance, l'emploi et le développement à l'extérieur.

## **CHAPITRE 04**

**Etude qualitative sur l'impact de  
l'adhésion de l'Algérie à l'OMC**

## **Introduction**

Comme déjà souligné dans l'introduction générale, notre recherche porte sur les anticipations futures appropriées aux faits de l'accession de l'Algérie à l'OMC sur les Techniques d'Information et de Communication. Ces dernières offrent la possibilité aux pays d'accroître leurs productivités, de créer des postes d'emplois et d'améliorer la performance des économies dans divers secteurs. Au-delà, elles contribuent également, aux développements des échanges mondiaux, pour cela, l'Algérie mise sur ces techniques pour arriver à une diversification de ses exportations.

Notre partie pratique est subdivisée en deux sections. La première a pour objectif de mettre la lumière sur l'utilisation et la place qu'occupent les TIC dans l'économie algérienne et cela en se basant, d'un côté, sur des statistiques et des chiffres nationaux ou des études d'organismes internationaux et, d'un autre côté, sur les interprétations adressées à ce sujet par des spécialistes en la matière. Dans la seconde section, on va avancer la présentation et les résultats de notre enquête relative à nos hypothèses déjà citées. Cette dernière est basée sur un questionnaire, dont son but est la récolte de points de vue des chefs d'entreprises sélectionnés dans l'échantillon de l'enquête sur l'objet de notre problématique.

### **Section 01: La situation algérienne en terme de TIC**

L'Algérie cherche à substituer son économie de rente avec une économie diversifiée, alors, il est désormais vital de se mettre au diapason des nouvelles technologies, de plus, les instruments de gestion et de gouvernance développés autour des TIC constituent les seuls garants de la survie des entreprises à l'heure de la mondialisation. L'Algérie ne fait pas une exception devant un environnement en perpétuelle mutation. En effet, elle est dans l'obligation d'améliorer la performance de son économie et cela pourra être réalisé en fonction des TIC. Mais, malgré l'importance de ces derniers, elle continue à afficher un faible effet de levier des TIC d'après des organismes et rapports mondiaux entre autre, World Economic Forum (WEF) de 2013.

Dans la présente section, on analysera la situation de l'Algérie en matière de TIC. En premier lieu, on exposera avec des statistiques leur état dans ce pays, en second lieu, la part des TIC dans le commerce extérieur Algérien, en troisième lieu, ça consacra le dossier des

TIC dans l'admission à l'OMC et en dernier lieu, ça touchera le contenu de la stratégie e-Algérie 2013.

### 1.1: L'utilisation et la contribution des TIC en Algérie

L'autorité de régulation de la poste et des télécommunications (ARPT) a révélé que, la contribution des TIC au PIB national dans l'édition 2014 de son rapport annuel de l'observatoire du marché des télécommunications. Avec une moyenne mondiale de 7%, les TIC en Algérie ne contribuent qu'à hauteur de 2,9%<sup>1</sup> seulement au PIB National, un chiffre jugé trop faible par les spécialistes du domaine comparée aux performances des marchés tunisien et marocain, pour ne citer que ces deux pays. En chiffre, le montant de la contribution s'élève à 210,2 milliards de dollars en 2013 dégageait une valeur de 6,0958 milliards de dollars. Cela témoigne, d'après toujours la même source, de l'immense retard qu'accuse l'Algérie dans ce secteur stratégique. Cette faible contribution témoigne du chemin qui reste à parcourir pour rattraper le retard.

**Tableau n°05 : Comparaison de la contribution des TIC dans le PIB entre les pays du Maghreb**

	Algérie	Tunisie	Maroc
La contribution des TIC dans le PIB	2.9	13	7

Source: Réalisé par nos soins à l'aide des données de l'article

Selon le tableau précédent, les chiffres montrent que l'Algérie affiche un retard par rapport aux deux pays. Ces derniers sont nettement développés dans ce secteur en matière d'infrastructures informatiques, service informatique...etc.

Dans son étude, avec pour nom « Lions go Digital : the Internet's Transformative Potential in Africa » (le potentiel de transformation d'Internet en Afrique), le McKinsey Global Institute a mesuré les capacités des pays d'Afrique à tirer profit des technologies numériques pour développer leur économie, en suivant une hiérarchie à partir d'un indice qu'il a développé, le « i5F », dont les résultats ont reposé sur l'existence d'une stratégie nationale en faveur des TIC, le niveau d'infrastructures, l'environnement dans lequel évoluent les entreprises, le matelas financier du pays pour faire face aux dépenses liées aux TIC et, enfin, la présence

---

<sup>1</sup>Article: Hichem, Rapport ARPT 2013-2014, L'Algérie, déconnectée des TIC, 12/12/2014, 17h02, <http://www.reporters.dz>. Date de consultation: 05 Avril 2015

d'une compétence technologique locale.

Ce faisant, l'Algérie a été considérée par le McKinsey Global Institute comme un pays en dessous de son potentiel réel. Malgré la solide assise financière dont dispose l'Algérie, elle se retrouve au niveau de l'Angola, de l'Ethiopie et du Nigéria, où l'Internet représente moins de 1 % du PIB national.

Cependant, l'Etat investit 5 milliards de dollars, entre 2012 jusqu'à 2016, uniquement dans le secteur des TIC, sans qu'une dynamique économique ne soit créée autour de ce secteur stratégique pour les économies développées et émergentes, il y a de quoi s'inquiéter quant à l'efficacité économique du secteur des TIC. La raison en est que ce secteur est pratiquement en liaison directe avec les autres secteurs économiques, allant du système financier et bancaire jusqu'aux industries les plus lourdes. En dépit des résultats des investissements réalisés dans le domaine des TIC, il est nécessaire de souligner que l'économie mondiale repose sur la performance technologique dans le domaine de l'information et de la communication. Le gouvernement n'a pas d'autre choix à faire que d'investir efficacement dans ce secteur pour, au moins, rattraper le retard considérable signalé à chaque fois par les spécialistes du domaine.

Mais, en comparaison à l'énorme budget de 955<sup>2</sup> milliards de dinars accordé à la Défense nationale, le secteur de la Poste et des Technologies de l'Information et de la Communication fait pâle figure avec ses 3 milliards de DA, soit l'équivalent de près de 30 millions d'euros, même budget que le secteur du Tourisme. Classée à la 131ème place en matière d'usage des nouvelles technologies selon le Forum Économique Mondial en 2013, l'Algérie ne laisse aucune lueur d'espoir quant à une éventuelle amélioration dans le secteur des TIC, et leur implication dans le développement socio-économique.

Ces chiffres viennent pour confirmer le taux très faible enregistré concernant l'investissement dans le secteur des TIC.

**Tableau n°06 : Le nombre de projets enregistrés auprès de l'ANDI pour la période 2002-2014 dans le secteur des TIC**

Secteur d'activité	Nombre de projet	Montant (en millions de DA)	Nombre d'emplois
TIC	148	372580	8642

Source: Agence Nationale de Développement et de l'Investissement(ANDI)

---

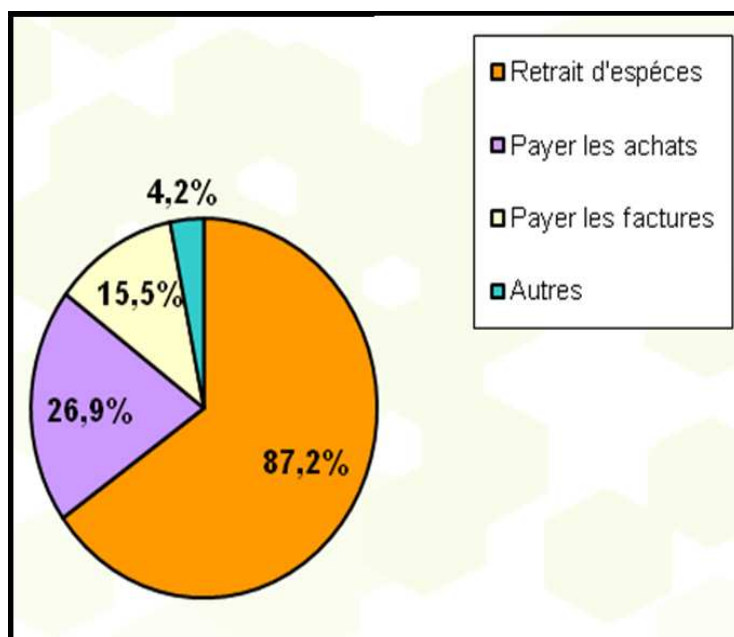
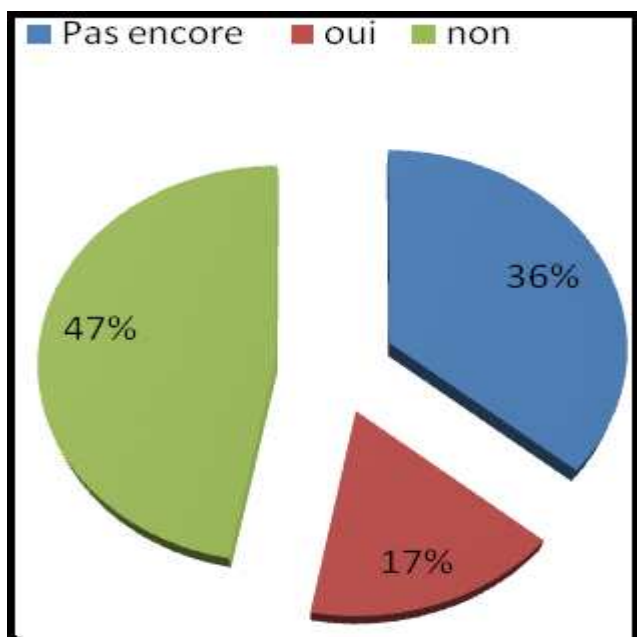
<sup>2</sup> Loi de Finance 2014

Durant une période de 13 ans, seulement 148<sup>3</sup> projets ont été constatés dans le secteur des TIC, en effet, la faiblesse du taux de pénétration des TIC dans les entreprises algériennes demeure le point noir du développement de secteur. Pour preuve, sur les 400 000 PME que compte le pays, 20 %<sup>4</sup> seulement disposent d'un site web. Une entreprise en quête de pérennité et de croissance ne peut plus à cette ère s'offrir le luxe de renoncer à une présence sur le Web, mais les entreprises algériennes, l'appropriation des TIC n'est pas leurs priorités. Les entreprises nationales sont invisibles sur le marché international et n'ont même pas conscience des enjeux des TIC.

Sur le sujet du e-paiement en Algérie, Webdialna<sup>5</sup> a établi en Octobre 2012<sup>6</sup> une étude sur l'orientation des internautes algériens vers le e-paiement. Sur un ensemble de 13 600 d'internautes, cette étude a démontré que seul 17% possèdent une carte de paiement électronique, et près de 36% souhaiteraient en avoir. 87,2% ont déclaré l'utiliser pour retirer de l'espèce, 26,9% pour payer leurs achats et 15,5% pour payer leurs factures.

Figure n°08 : L'utilisation du e-paiement

Figure n°09 : Nature de l'utilisation



Source: [www.webdialna.com](http://www.webdialna.com)

Source : [www.webdialna.com](http://www.webdialna.com)

<sup>3</sup> Agence Nationale de Développement et l'Investissement (ANDI), date de consultation: 12 Avril 2015

<sup>5</sup> Un site algérien qui effectue des enquêtes par internet sur les TIC en Algérie, leur slogan est « Répondez à nos questions, nous répondons à vos besoins »

<sup>6</sup> Communiqué de presse, Loubna Lahmici. L et Brahim. A, Les internautes algériens enthousiastes à la venue de la 3G et du e-commerce, p7, [www.webdialna.com](http://www.webdialna.com), date de consultation: 12 Avril 2015



En effet, le e-paiement en Algérie enregistre un retard, cela revient à divers causes:

- Manque d'appareils qui sont destinées à le e-paiement.
- Manque de volonté politique pour faire développer ce mode de paiement.
- Manque de diffusion de la culture du e-paiement chez les algériens d'où la nécessité d'instaurer de la confiance dans le paiement électronique.
- Manque de concurrence dans le e-paiement sur le marché algérien (monopole d'Algérie Télécom).
- La gamme de produit offerte par le e-paiement en Algérie n'est pas variée (paiement des factures).

En conclusion, on pourrait dire que l'Algérie dispose d'atouts lui permettant de s'inscrire dans la dynamique mondiale de développement de la société de l'information, pour peu que certaines dispositions organisationnelles et réglementaires soient prises et soutenues par une volonté politique, c'est à dire, il y a absence, manque ou mauvaise gouvernance à tous les niveaux des secteurs clé quant à l'introduction ou le développement des TIC. Autrement dit, l'essor des Technologies de l'information et de la communication (TIC) en Algérie passe de façon incontournable par la mise en place d'une stratégie à long terme dans laquelle l'accent doit être mis sur l'utilisation de ces technologies de telle sorte à ce que la productivité soit nettement améliorée. Alors, il serait très important déjà de déployer des écosystèmes technologiques autour desquels peuvent se développer les produits et services des TIC.

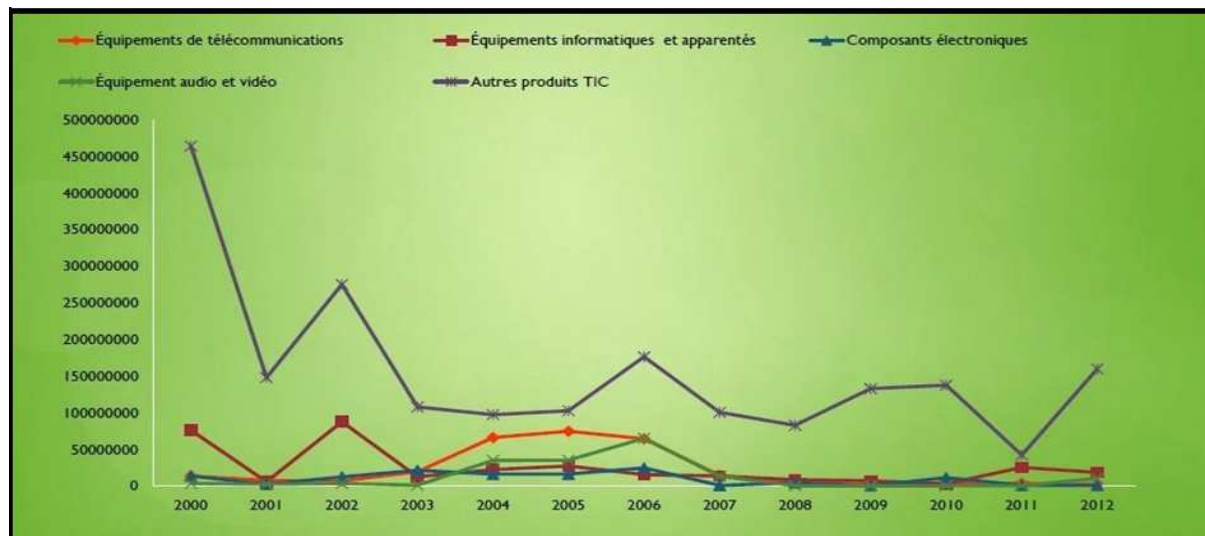
## **1.2: Le commerce extérieur Algérien et les TIC**

Dans cette partie, on va analyser la contribution des TIC dans les échanges commerciaux internationaux de l'Algérie et leurs évolutions. Comme déjà soulignés dans la partie précédente, le secteur des TIC n'a pas connu un épanouissement tangible et intangible. Résultant de cette situation, un niveau faible des exportations et une stimulation des importations.

### 1.2.1. La part des TIC dans les échanges internationaux de l'Algérie

Les figures suivantes illustrent la conjoncture des TIC dans les échanges extérieurs :

**Figure n°10 : Evolution des exportations des TIC en Algérie :**



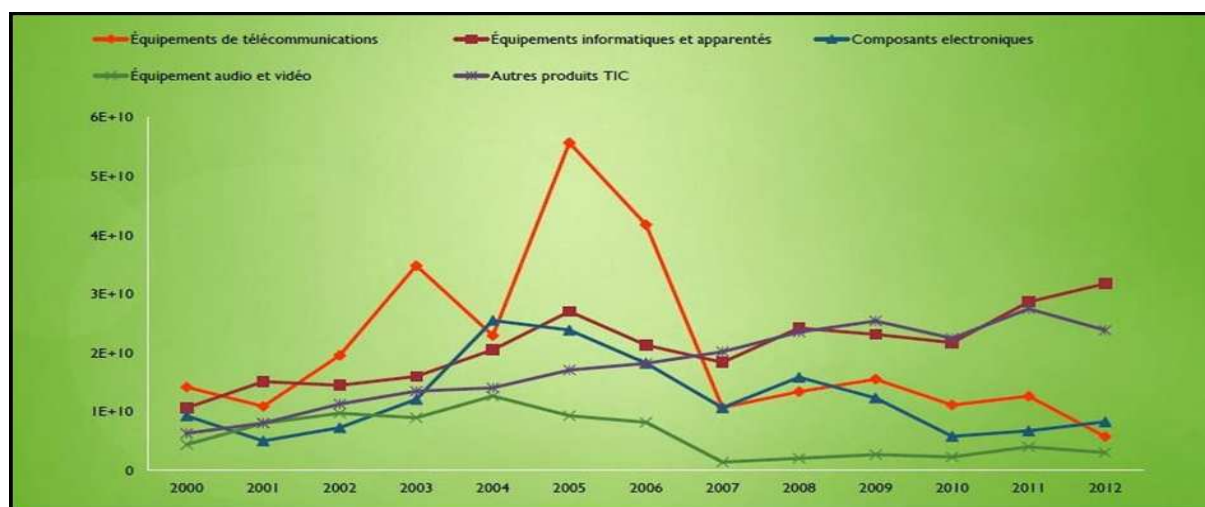
Source : Ministère de la poste et des TIC à partir des données de CNIS des douanes

D'après le graphe ci-dessus<sup>7</sup>, on constate que les exportations algériennes en matière de TIC sont marginales pour ne pas dire quasiment nulles entre la période qui s'étale entre 2000 et 2012, à l'exception de la catégorie « autres produits » tels que les puces électroniques qui connaît une légère hausse avec des fluctuations vers le haut et le bas entre la même période. Cette situation est causée par différentes raisons comme :

- Le manque d'innovation, du progrès technologique et de créativité.
- Le manque de production locale, et le peu de production qui existe, la qualité fait défaut.
- Une main d'œuvre non qualifiée et peu expérimentée.
- Manque d'investissement dans le secteur des TIC.
- Faible d'installation des IDE spécialisés dans le domaine des TIC.

<sup>7</sup> Mohamed Amine KESSOURI, Les Indicateurs de Télécommunication / TIC : *Etat des lieux en Algérie*, 11ème Réunion sur les Indicateurs Télécom. / TIC Mexico (Mexique) - 4 au 6 Décembre 2013, Ministère PTIC, p 24

**Figure n°11 : Evolution des importations des TIC en Algérie**



Source : Ministère de la poste et des TIC à partir des données de CNIS des douanes

Ce graphe<sup>8</sup> retrace les importations algériennes en matière de TIC entre 2000 et 2012, on remarque une augmentation des importations, notamment, les équipements de télécommunications et autres équipements. Le marché national fait recours à l'extérieur pour s'équiper de différents segments liés aux TIC, cela renvoie à l'insuffisance de la production locale en quantité et en qualité.

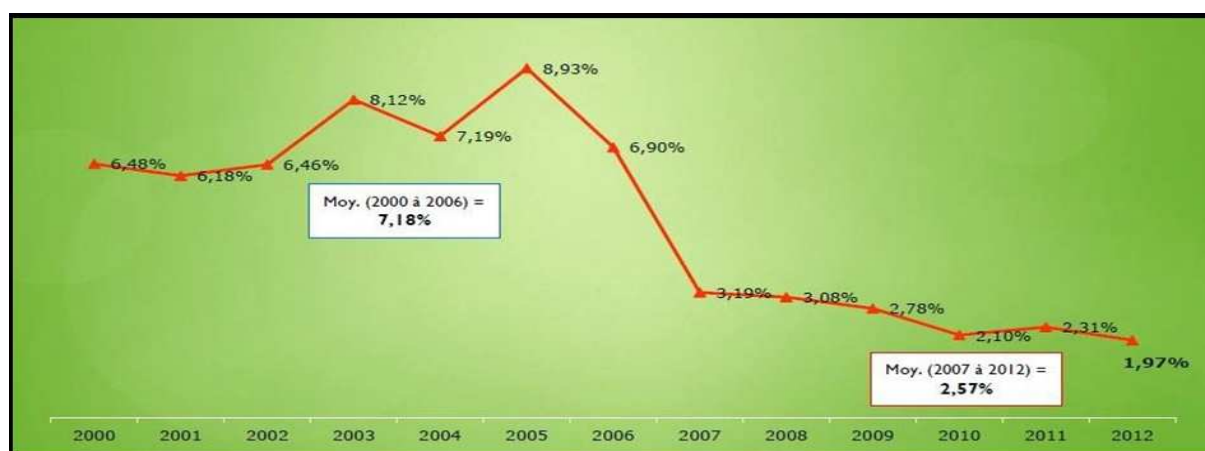
**Figure n°12: Comparaison des importations des TIC avec les importations totales des biens**



Source : Ministère de la poste et des TIC à partir des données de CNIS des douanes

<sup>8</sup> Ibid-dem

**Figure n°13 : Evolution de la part des importations des TIC dans la totalité des biens en pourcentage %**



Source : Ministère de la poste et des TIC à partir des données de CNIS des douanes

Le troisième graphe<sup>9</sup> montre l'évolution des importations des TIC par rapport aux importations totales des biens. On observe une stagnation des TIC à celles des biens totales qui enregistre une croissance continue entre la période 2000 à 2012.

Entre la période de 2000 à 2006 (figure n°13)<sup>10</sup>, la moyenne était de 7,18% (cette moyenne correspond à la contribution du taux d'importation des TIC à l'importation totale) contre 2,57 % entre 2007 à 2012. Durant les deux périodes, on remarque une diminution de 4,61 %. En 2012, la moyenne était de 1,97%. Cette diminution ne renvoie pas à la baisse des importations des TIC mais ça renvoie à l'augmentation des importations totales.

### 1.2.2. Procédure d'importation ou d'exportation d'un produit TIC en Algérie

Les équipements terminaux de télécommunications ou installations radioélectriques importés ou produits localement sont soumis à un agrément obtenu auprès de l'Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications (ARPT)<sup>11</sup>. Celui-ci est requis par la douane s'il s'agit d'une importation ou, le cas échéant, d'une exportation d'un produit fabriqué localement.

<sup>9</sup>Ibid, p 26

<sup>10</sup>Ibid, p 27

<sup>11</sup>Recueil, ALGEX, Les grandes lignes des cadres des affaires et des relations commerciales internationales 24, 2012, P149, 150

La demande d'agrément est déposée à la Direction Générale de l'ARPT. Elle se compose de deux dossiers: l'un administratif, l'autre technique.

#### **A: Le dossier administratif**

Le dossier administratif comprend:

- Une demande d'agrément adressée à Monsieur le Directeur Général de l'ARPT
- Une copie légalisée du registre de commerce de la société du propriétaire du matériel à agréer.
- Une copie légalisée de la carte d'immatriculation fiscale.
- Une attestation certifiant que le produit objet de la demande est toujours fabriquée.
- Une déclaration de conformité fournie par le constructeur.
- Un engagement sur l'honneur, spécifiant que le requérant ne commercialisera que le matériel agréé et que ce matériel sera dûment étiqueté.
- Un engagement de paiement des frais de dossier de demande d'agrément.

#### **B: Dossier technique**

Le dossier technique comprend les documents suivants:

- Rapport de tests relatif à la sécurité électrique.
- Manuel d'utilisation.
- Descriptif technique de l'équipement.
- Rapport de tests relatif à la compatibilité électromagnétique.
- Rapport de tests radio pour les installations radioélectriques.
- Rapport de tests relatif au débit d'absorption spécifique (SAR) pour les installations radioélectriques.

Un échantillon du produit est joint à la demande d'agrément qui est nominatif pour la marque, le modèle, l'entreprise importatrice ou productrice et le pays de fabrication.

La durée de validité du certificat d'agrément est de deux (02) ans. Les délais d'obtention sont de soixante (60) jours au maximum.

L'établissement d'un certificat d'agrément donne lieu au paiement des:

- Frais de gestion de dossier qui sont de cinq milles dinars algériens (5 000,00 DA). Fixes et non remboursables, ils doivent être payés lors du dépôt de la demande d'agrément (par chèque, versement bancaire ou CCP).
- Frais d'études techniques, selon un tableau arrêté par l'ARPT, en fonction du type d'équipement, objet de la demande d'agrément.

### **1.3 : Les TIC dans l'adhésion de l'Algérie à l'OMC**

Le Gouvernement algérien a opté pour une réforme en profondeur du secteur des postes et télécommunications afin de relever les défis du 21<sup>ème</sup> siècle et d'arrimer l'Algérie vers une société de l'information. Cette réforme est dictée par la nécessité d'assurer la compétitivité et la diversification de l'économie algérienne et de ses entreprises et de favoriser le développement d'un secteur des télécommunications concurrentiel et dynamique. Cette réforme prend lieu dans un contexte de globalisation croissante, de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC et de la mise en œuvre de l'accord d'association avec l'Union européenne.

Selon Samar Sadki<sup>12</sup>, le domaine des TIC figure belle et bien dans le dossier algérien pour l'accession à l'OMC où les aspects des droits de la propriété intellectuelle qui touchent au commerce ont été traités lors du 12<sup>ème</sup> round de négociation. Durant ces négociations, l'Algérie a confirmé son intention d'accéder à l'Accord sur les technologies de l'information (ATI)<sup>13</sup> après son accession à l'OMC et elle a également annoncé prendre part aux traités Internet de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (Ompi). Auparavant, l'Algérie devra avoir fourni des renseignements actualisés sur les faits nouveaux intervenus en matière législative. Il faut aussi répondre aux questions des membres. Conformément à ce cycle, le gouvernement doit avoir mis à jour son plan d'action législatif et réglementaire sur ces aspects liés au dossier des TIC et les membres devront avoir examiné ces renseignements avant 2015. Dans le même contexte, l'Algérie a ainsi confirmé prendre part au Système international des marques- Madrid qui permet l'enregistrement et le renouvellement des marques par les États membres dans le monde entier.

#### **1.3.1. L'Accord sur les technologies de l'information (ATI)**

La Déclaration ministérielle sur le commerce des produits des technologies de l'information (ATI) a été adoptée à la Conférence ministérielle de Singapour en décembre 1996<sup>14</sup>. À l'époque, 29 pays ou territoires douaniers distincts (y compris les 15 États membres des Communautés européennes) ont signé la Déclaration. Les 29 signataires

---

<sup>12</sup> Article, Samar Sadki, L'adhésion à l'OMC : Les TIC font partie du pack, 27.05.2014, <http://www.itmag-dz.com>, date de consultation 16.04.2015

<sup>13</sup> L'ATI est un accord plurilatéral qui prévoit que les participants doivent éliminer l'ensemble des droits applicables aux produits des technologies de l'information visés par l'Accord

<sup>14</sup> [www.OMC.org](http://www.OMC.org) (2015): L'Accord sur les technologies de l'information et sa mise en œuvre, date de consultation: 18.04.2015

originels ne permettaient pas de remplir le critère des 90 % du commerce mondial, car ils ne représentaient collectivement que 83 % du commerce mondial des produits des technologies de l'information. Après l'entrée en vigueur de l'ATI en Avril 1997, il a semblé nécessaire aux participants de créer à l'OMC un Comité formel pour assurer l'application des dispositions de la Déclaration. Le document sur la mise en œuvre de la Déclaration ministérielle sur le commerce des produits et des technologies de l'information fait le point sur l'établissement du Comité. Celui-ci s'est réuni pour la première fois le 29 septembre 1997 et il a ensuite tenu environ cinq réunions formelles par an. Il s'est doté d'un règlement intérieur similaire à celui d'autres organes de l'OMC et son ordre du jour comporte généralement diverses questions relatives à l'ATI.

L'ATI est uniquement un mécanisme de réduction tarifaire. Bien que la Déclaration prévoie l'examen des obstacles non tarifaires, il n'existe pas d'engagement contraignant à cet égard. Pour devenir participant à l'ATI, il faut respecter trois principes fondamentaux:

- Tous les produits énumérés dans la Déclaration doivent être couverts.
- Pour tous les produits, les droits de douane doivent être ramenés à zéro.
- Tous les autres droits et impositions doivent être consolidés à zéro.

Il n'existe pas d'exception en ce qui concerne les produits visés mais, pour certains produits sensibles, il est possible d'obtenir une prolongation de la période de mise en œuvre. Les engagements pris au titre de l'ATI à l'OMC se fondent sur le principe NPF, si bien que tous les autres Membres de l'OMC en bénéficient.

L'ATI vise six catégories de produits de haute technologie<sup>15</sup> : les ordinateurs, les appareils de télécommunication, les semi-conducteurs, les matériaux de fabrication et d'expérimentation des semi-conducteurs, les logiciels et les instruments scientifiques. Sachant que les téléviseurs et les CD-ROM ont été exclus de la liste des produits couverts par l'accord initial à la demande de la France qui les considérait comme des produits culturels.

---

<sup>15</sup> Document: G. Gagné et A. Vlassis, « L'Accord sur les technologies de l'information, réveil de l'OMC ? », Organisation internationale de la francophonie, CEIM, 75007 Paris, Décembre 2014, [www.Francophonie.org](http://www.Francophonie.org), p2



### 1.3.2. L'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI)

La mission de l'OMPI consiste à<sup>16</sup>:

- Promouvoir la protection de la propriété intellectuelle dans le monde par la coopération entre Etats et en collaboration avec les autres organisations internationales.
- Assurer la coopération administrative entre les différentes Unions.
- Promouvoir le développement des mesures destinées à faciliter la protection efficace de la propriété intellectuelle dans le monde et à harmoniser les législations nationales dans ce domaine.
- Encourager la conclusion d'accords internationaux destinés à promouvoir la protection de la propriété intellectuelle.
- Réunir et diffuser l'information concernant la protection de la propriété intellectuelle.

Les technologies de l'information et de la communication touchent d'après l'OMPI, à ce qui est considéré de plus en plus comme un droit fondamental : le droit à la connaissance et son dérivé, le droit à l'accès à la connaissance.

Le décalage dans le temps entre le moment où l'accès aux œuvres sur l'ordinateur a été possible et le moment où des règles ont été plus ou moins adoptées a renforcé le sentiment selon lequel l'accès libre et gratuit à toute information et toute œuvre transmise de façon numérique est un droit absolu de chaque individu. Cela s'est amplifié avec les échanges entre internautes. Les malentendus sont nombreux, d'un côté, les partisans du logiciel libre sont souvent convaincus qu'ils luttent contre les brevets et contre la propriété intellectuelle, d'un autre côté, libre ne signifie pas gratuit et la propriété intellectuelle est respectée par la cession de licences, que celles-là comportent ou non la communication du code source des logiciels.

En Algérie, la protection de la propriété intellectuelle<sup>17</sup> s'étend aux personnes physiques ou morales établies en Algérie ou à l'étranger dans le cadre des conventions ou traités multilatéraux auxquels l'Algérie est partie. La nature de la protection est comme suite:

\*Propriété industrielle: Les différentes formes de la protection de la propriété industrielle (marques, brevets d'invention, dessins et modèles, appellations d'origine, schémas de circuits intégrés) constituent les droits de propriété industrielle protégés et gérés par l'Institut National

---

<sup>16</sup> Philippe Petit, Propriété intellectuelle, mondialisation et développement, p: 819-820

<sup>17</sup> Recueil, ALGEX, Les grandes lignes des cadres des affaires et des relations commerciales internationales 24, 2012, P25



Algérien de la Propriété Industrielle (INAPI)<sup>18</sup> au plan national et au plan international, dans le cadre des conventions et traités auxquelles l'Algérie est partie.

\*Droits d'auteur et droits voisins: Les droits des auteurs et les droits voisins (droit des artistes interprètes ou exécutants, des producteurs de phonogramme, des producteurs de vidéogramme et des organismes de radiodiffusion algériens ou étrangers) sont gérés par l'Office National des Droits d'Auteurs et des droits voisins (ONDA)<sup>19</sup>.

Sur les territoires étrangers, ces droits sont protégés par le biais des contrats signés avec des organismes similaires, en application des conventions internationales auxquelles l'Algérie a adhéré.

Les conditions de paiement des redevances, lors de l'importation des supports de toute nature pour copie privée, au titre de droits d'auteurs, sont traitées dans le cadre des formalités administratives particulières.

Le Système de Madrid est administré par le Bureau International de l'OMPI, et offre au titulaire d'une marque la possibilité d'obtenir la protection de sa marque dans plusieurs pays, en déposant une seule demande d'enregistrement directement auprès de son Office National. Ce qui va permettre d'avantage de protéger l'identité des produits algériens, soit au niveau national ou international.

A titre d'exemple, le ministre du commerce algérien a souligné que les exportations algériennes en matière de dattes étaient de 39 millions € en 2014<sup>20</sup> et que l'Algérie figure à la 8<sup>ème</sup> place au niveau mondial dans l'exportation de ce produit, par contre, la 7<sup>ème</sup> place est occupée par la France, un pays qui ne produit même pas les dattes. Il ajoute que plus de 80% de ces dattes réexporter par la France sont d'origine algérien, et qu'ils sont réexportées avec un prix 3 fois supérieur des prix algériens et avec une autre marque (changement de l'étiquète, de l'emballage). Alors il n'est pas question de comment exporter ?, mais plutôt, comment exporter efficacement ? La valorisation et la protection de la marque algérienne au niveau international est devenu primordiale, et l'admission au traité de Madrid va procurer à l'Algérie la possibilité de protéger l'identité du produit algérien (Made in Algéria).

---

<sup>18</sup> Il a été créée en 1963 (ONPI) et a vu ses statuts actuels aménagés par Décret exécutif n°98-69 du 21 février 1998. L'Institut est un établissement public à caractère industriel et commercial (EPIC), doté de la personnalité civile et de l'autonomie financière et placé sous tutelle du Ministère en charge de l'Industrie

<sup>19</sup> Il a été créé par l'Ordonnance n° 73-46 du 29 juillet 1973, ses Statuts ont été réaménagés par le décret-exécutif n° 98-366 du novembre 1998 puis par le décret-exécutif n°05-356 du 21 septembre 2005

<sup>20</sup> Emission télévisée: Farida Belkessm, Hiwar Assaà, Invité: Ammar Benyounés, ENTV, 20 Mai 2015, 21h00

Le tableau suivant retrace les états d'adhésion aux traités de l'OMPI de l'Algérie :

**Tableau n°07: Les états d'adhésion aux traités de l'OMPI de l'Algérie**

Convention OMPI	×	Arrangement de La Haye		Arrangement de Vienne		Traité de Washington	
Convention de Paris	×	Acte de Genève de l'Arrangement de La Haye		Traité de Budapest		Traité de Marrakech visant à faciliter l'accès des aveugles, des déficients visuels et des personnes ayant d'autres difficultés de lecture des textes imprimés aux œuvres publiées	
Convention de Berne	×	Arrangement de Nice	×	Convention de Bruxelles		Traité de Singapour	
Traité de coopération en matière de brevets	×	Arrangement de Lisbonne	×	Traité de Nairobi	×		
Traité sur le droit des brevets		Convention de Rome	×	Traité sur le droit des marques (TLT)			
Arrangement de Madrid (Indications de provenance)	×	Arrangement de Locarno		Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur	×		
Arrangement de Madrid (marques)	×	Arrangement de Strasbourg		Traité de l'OMPI sur les interprétations et exécutions et les phonogrammes	×		
Protocole de Madrid		Convention phonogrammes		Traité de Beijing sur les interprétations et exécutions audiovisuelles			

Source : Réalisé par nos soins à l'aide des informations du site d'OMPI

#### 1.4 : La stratégie e-Algérie 2013

La stratégie e-Algérie 2013 s'inscrit dans une vision d'émergence de la société algérienne du savoir et de la connaissance, en tenant compte des mutations profondes et rapides que le monde connaît. Cette stratégie vise à renforcer les performances de l'économie

nationale, des entreprises et de l'administration. Elle vise aussi à améliorer les capacités d'éducation, de recherche et d'innovation, à faire émerger des grappes industrielles TIC, à accroître l'attractivité du pays et à améliorer la vie des citoyens en encourageant la diffusion et l'utilisation des TIC. Il y a lieu de noter, que les initiateurs de ce programme ont ouvert la voie aux investisseurs étrangers ou algériens installés à l'étranger d'y participer, et elle s'articule autour de 13 axes<sup>21</sup> :

#### **1.4.1. Accélération de l'usage des TIC dans l'administration publique**

Les objectifs de cet axe ont trait aux aspects suivants :

- Le parachèvement des réseaux et systèmes au niveau des intranets et des réseaux locaux.
- La mise en place du système d'information intégré.
- Le déploiement des applications sectorielles spécifiques.
- L'accroissement des compétences humaines.
- Le développement de services en ligne

#### **1.4.2. Accélération de l'usage des TIC dans les entreprises**

L'intégration des TIC dans le secteur économique et le soutien à l'appropriation des TIC par les entreprises est un objectif majeur qui a été défini. Celui-ci induit les trois objectifs spécifiques à savoir :

- Soutenir l'appropriation des TIC par les PME.
- Développer les applications pour l'amélioration des performances des entreprises.
- Développer l'offre de services en ligne par les entreprises.

#### **1.4.3. Développement des mécanismes et des mesures incitatives permettant l'accès des citoyens aux équipements et aux réseaux des TIC**

Ceci se décline en trois objectifs spécifiques :

- Redynamiser l'opération Ousratic à travers l'octroi de microordinateurs individuels et de lignes haut débit, l'offre de formation et la disponibilité de contenus spécifiques à chacun des segments de la population.
- Augmenter considérablement le nombre d'espaces publics communautaires : cybercafés, bornes multimédias, techno parcs, maisons de la science, maisons de la culture, etc.
- Elargir le service universel à l'accès à Internet.

---

<sup>21</sup> Synthèse, e-commission, e-Algérie 2013, Décembre 2008, p 7-12

#### **1.4.4. Impulsion du développement de l'économie numérique**

Cet axe peut être subdivisé en quatre grands objectifs spécifiques :

- Poursuivre le dialogue national gouvernement-entreprises initié dans le cadre du processus d'élaboration de la stratégie e-Algérie.
- Créer toutes les conditions de valorisation des compétences scientifiques et techniques nationales en matière de production de logiciels, de services et d'équipement.
- Mettre en place des mesures incitatives à la production du contenu.
- Orienter l'activité économique dans les Technologies de l'Information et de la Communication vers un objectif d'exportation.

#### **1.4.5. Renforcement de l'infrastructure des télécommunications à haut et très haut débit**

Le réseau des télécommunications à haut et très haut débit devra être en mesure d'offrir les capacités nécessaires sur tout le territoire national, avec une qualité et une sécurité aux normes internationales. Dans ce cadre, quatre objectifs spécifiques déclinent de cet axe :

- Mise à niveau de l'infrastructure nationale de Télécommunications.
- Sécurisation des réseaux et l'amélioration de la qualité de service de ces réseaux.
- Gestion efficace du nom de domaine « .dz ».

#### **1.4.6. Développement des compétences humaines**

Deux objectifs spécifiques sont visés à savoir :

- Refonte de l'enseignement supérieur et de la formation professionnelle dans le domaine des TIC.
- Enseignement des TIC pour toutes les catégories sociales.

#### **1.4.7. Renforcement de la recherche-développement et de l'innovation**

Les objectifs spécifiques considérés ont trait à : L'organisation, la programmation, la valorisation des résultats de la recherche, la mobilisation des compétences ainsi que l'organisation du transfert de la technologie et du savoir faire.

#### **1.4.8. Mise à niveau du cadre juridique national**

L'arsenal juridique Algérien ne couvre pas entièrement les questions juridiques suscitées par l'utilisation et le développement des TIC et l'édification de la société de l'information. A ce titre, il est impératif de mettre à niveau le cadre juridique, en adéquation avec les pratiques internationales et les exigences de la société de l'information. Ainsi,

l'objectif majeur consiste en la mise en place d'un environnement de confiance favorable à la gouvernance électronique et induit un objectif spécifique à savoir, la définition d'un cadre législatif et règlementaire approprié.

#### **1.4.9. Information et communication**

L'objectif majeur de cet axe concerne la sensibilisation à l'importance du rôle des TIC dans l'amélioration de la qualité de vie du citoyen et le développement socio-économique du pays.

#### **1.4.10. Valorisation de la coopération internationale**

La coopération internationale, avec d'autres pays dans le domaine des TIC, est caractérisée par le nombre important et la dispersion des projets.

L'objectif majeur de la coopération internationale est l'appropriation des technologies et du savoir faire ainsi que le rayonnement de l'image du pays.

#### **1.4.11. Mécanismes d'évaluation et de suivi**

L'objectif majeur de cet axe consiste à définir un système d'indicateurs de suivi et d'évaluation permettant de mesurer l'impact des TIC sur le développement économique et social, et d'évaluer périodiquement la mise en œuvre du plan stratégique e-Algérie 2013.

#### **1.4.12. Mesures organisationnelles**

Cette réforme s'est traduite par la transformation de l'ancien Ministère des Postes et Télécommunications en Ministère de la Poste et des TIC, la création de deux sociétés séparées Algérie Telecom et Algérie Poste, et la mise en place de l'Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications (ARPT), permettant ainsi la séparation de l'exploitation, la régulation et la politique sectorielle.

De plus, dans le cadre de la préparation de la politique destinée à promouvoir la Société d'Information et l'économie numérique, une commission interministérielle appelée e-Commission a été créée, sous la présidence du Premier Ministre. Cette commission regroupe les ministres concernés par ce domaine. Un comité technique a été également mis en place pour le soutien technique de cette commission.

L'objectif majeur de cet axe porte sur la mise en place d'une organisation institutionnelle cohérente s'articulant autour de trois niveaux: l'orientation, la coordination intersectorielle et l'exécution.

### **1.4.13. Moyens financiers et planification**

Un budget-programme Stratégie e-Algérie 2013 est élaboré en fonction des étapes et des phases prévues pour son exécution, et présenté par année jusqu'à sa finalisation, avec une consolidation 2009-2013, aux malades (suivi de dossier à tous les niveaux de la chaîne de soins...), aux professionnels de la santé (amélioration des compétences...) et à la recherche médicale (accès aux bases de connaissances...).

Le projet a été lancé, en 2008 et devait durer cinq années, c'est-à-dire jusqu'à 2013. En cours de route, celui de 2013 a disparu en raison des problèmes qui commençaient à surgir de partout. C'est une stratégie qui avait été pensée pour propulser l'Algérie dans l'ère du numérique en cinq ans. Dans ce projet, plus de mille actions étaient prévues, et ce, de façon à ce que tous les secteurs de l'économie et sociaux puissent en profiter.

## **Section 02: Méthodologie et contexte de l'étude qualitative**

À cette étape de notre projet de recherche, l'objectif est d'arriver soit à infirmer soit à confirmer les hypothèses de recherche. Pour cela nous avons penché pour une méthode qualitative sous forme d'un questionnaire, qui permet de recueillir les pratiques, les opinions, les attitudes en regard d'un sujet. En effet, les données qualitatives<sup>22</sup> renvoient à la notion de qualité. Elles mettent en évidence le sens singulier, unique, spécifique des phénomènes vécus. Elles se recueillent le plus souvent dans un contexte d'intersubjectivité (c'est-à-dire dans une intercompréhension non tronquée entre locuteur et chercheur) et sont traitées par l'argumentation.

### **2.1: Présentation de l'enquête**

Dans cette partie, on va présenter d'abord les grands axes du questionnaire et ensuite on va représenter l'échantillon qu'on retirera pour l'enquête.

---

<sup>22</sup> J-P. Pourtois, H. Desmet et W. Lahaye, Les points-charnières de la recherche scientifique, Université de Mons-Hainaut, compus FORSE, p7.

### 2.1.1. Présentation du questionnaire

Notre questionnaire regroupe quatre axes en relation avec les données théoriques présentées dans le cadre théorique et en fonction de notre problématique.

**Présentation de l'entreprise:** Cette partie vise l'identification de l'enquêté. C'est-à-dire, la distinction des entreprises selon leurs secteurs d'activité, types d'activité, la taille et la sphère géographique.

**Généralités sur les TIC:** Cette partie vise l'identification de l'état des lieux des Techniques d'information et de communication utilisées dans les entreprises des deux wilayas (Béjaia et Tizi-Ouzou). Ces questions ont pour objectif de déterminer la diffusion, l'usage et la contribution des TIC au sein des entreprises sélectionnées.

**L'adhésion de l'Algérie à l'OMC:** Cette partie vise l'identification des différentes opinions liées à la question de l'accession à l'OMC et sa répercussion sur l'économie algérienne.

**L'impact de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC sur les TIC:** Cette partie vise l'anticipation des perspectives de l'accession en termes de TIC et les apports espérés sur les entreprises et l'économie algérienne, notamment, sur le plan du commerce extérieur.

### 2.1.2. Présentation de l'échantillon

Pour les besoins de notre recherche, nous avons orienté notre choix de la population cible vers plusieurs entreprises exportatrices algériennes, l'échantillon enquêté est tiré au niveau de 02 wilayas à savoir : Béjaia et Tizi Ouzou, sans prendre en considération leurs tailles ni le secteur de production.

Notre étude sera consacrée sur un échantillon de 30 entreprises algériennes exportatrices. Comme déjà cité, on a ciblé 2 Wilayas, pour donner plus de représentabilité à notre enquête et d'accéder à un nombre important de réponses parce que, notre problématique touche l'ensemble de l'économie Algérienne.

**Tableau n° 08 : Classification de la population par Wilaya**

Wilayas	Béjaia	Tizi-Ouzou	Total
Nombre d'entreprises	21	9	30

Source : réalisé par nos soins à l'aide des informations de l'enquête.

Le tableau n° 08 montre le nombre de wilaya qu'on a étudié. On a procédé au niveau de la wilaya de Bejaia pour une distribution d'un questionnaire par déplacement aux entreprises ciblées, cette wilaya regroupe l'effectif le plus large (21 entreprises), en effet l'accès à ces entreprises était plus ou moins facile parce que c'est la wilaya de notre résidence.

En comparaison avec la wilaya de Tizi Ouzou, le nombre est limité (7) pour contrainte de la distance et de la non connaissance de l'environnement des affaires de cette wilayas, la distribution est effectuée par la remise en mains propres aux concernés.

A noter que sur l'ensemble de 30 entreprises, seul trois entreprise n'ont pas accepter de répondre à notre questionnaire (une à Béjaia et deux à Tizi Ouzou) pour deux causes, à savoir le règlement interne des entreprises et la non disponibilité, alors dans l'enchaînement qui suit, on va prendre en considération 27 entreprises.

Dans la même dynamique, les entreprises qu'on a visées sont de différentes catégories de taille : très petites entreprises, PME et grandes entreprises.

**Tableau n°09 : Identification de la taille des entreprises**

Taille	Très petite entreprise	PME	Grande entreprise
Le nombre	1	12	14

**Source : réalisé par nos soins à l'aide des informations de l'enquête**

Dans notre enquête, on a ciblé plusieurs entreprises de différentes tailles, généralement elles correspondent aux entreprises ayant de 35 à plus de 3500 employé, et leurs localisation géographique est comme suite:

-Béjaia: Une très petite entreprise, sept PME et douze grandes entreprises.

-Tizi Ouzou: Cinq PME et deux grandes entreprises

Notre quête touche plusieurs secteurs d'activités comme le montre le tableau suivant :

**Tableau n°10 : Tableau récapitulatif des secteurs d'activités**

Type d'activité	Agroalimentaire	Hydrocarbures Et énergie	Services	Produits industriels
Effectif	17	3	2	5

**Source : établi par nos soins à l'aide des informations de l'enquête**



On remarque que le secteur de l'agroalimentaire recèle l'effectif le plus important dans le sondage, cela renvoie au fait que la majorité des entreprises algériennes qui procèdent à l'exportation demeurent dans ce secteur. D'ailleurs, d'après les responsables de diverses sociétés questionnées (11 avis), ce domaine est considéré comme le plus saturé sur le marché algérien. Auprès, des autres secteurs le nombre est restreint pour cause, le manque de production et de compétitivité.

**Tableau n°11 : Tableau récapitulatif des secteurs**

	Public	Privé	Mixte
Effectif	5	21	1

Source : établi par nos soins à l'aide des informations de l'enquête

La plupart des entreprises sont privées avec:

- Public: Bejaïa 4 entreprises et Tizi Ouzou 1 entreprise
- Privé: Bejaïa 15 entreprises et Tizi Ouzou 6 entreprises
- Mixte: Bejaïa 1 entreprise et Tizi Ouzou 0 entreprise

## **2.2: Analyse et interprétation des résultats**

Dans cette partie on va essayer d'analyser et d'interpréter l'ensemble des réponses qu'on a pu recueillir, et en fonction de ces dernières, on mettra la lumière sur nos hypothèses de recherche.

### **2.2.1. Généralités sur les TIC**

Cette partie touche les quatre éléments suivants:

#### **A: La place des TIC (Questions:1, 2, 3 et 4)**

L'ensemble des entreprises questionnées ont répondu avoir connu la notion des TIC, et qu'ils les prennent en considération en justifiant cette orientation par leurs importance qui permet une croissance de l'entreprise et une croissance de l'économie. De plus, 16 entreprises de l'échantillon, soit 59% ont mis le point sur les produits TIC qu'ils emploient tels que les réseaux internet, les réseaux de télécommunication, messagerie interne, télésignalisation,

télégestion, sage 1000<sup>23</sup>...etc, et qu'ils sont en adaptation avec les évolutions technologiques selon la nécessité de leur domaine d'activité. Ainsi, ils ont souligné qu'ils utilisent des logiciels et des matériaux comme le téléphone, le scanner, le fax, l'ordinateur, l'intranet<sup>24</sup>...etc.

**Tableau n°12: Récapitulation des investissements dans les TIC**

	Oui		Non	
	Nmb	%	Nmb	%
L'investissement dans les TIC	23	85%	4	15%

**Source: Réalisé par nos soins à l'aide des informations de l'enquête.**

Cette orientation remarquable à l'égard de l'investissement dans les TIC a été justifiée par leurs importances et leurs nécessités, leurs contributions à l'amélioration de la performance de l'entreprise et la satisfaction de la clientèle. En outre, la minorité des entreprises qui ne s'investissent pas remet en cause, d'un coté, les produits TIC sont coûteux, et, d'un autre coté, ces sociétés ne sont pas intéressées par cette mesure.

### **B: L'impact des TIC sur le chiffre d'affaire, la productivité et la rentabilité (Questions :5, 6 et 7)**

Les tableaux suivants résument les différentes prévisions des cadres questionnés sur l'impact des TIC sur le chiffre d'affaire, la productivité et la rentabilité:

**Tableau n°13: L'impact des TIC sur le chiffre d'affaire**

	Faible	Moyen	Important	Nul	Pas de réponse
Chiffre d'affaire	4	4	15	2	2

**Source: Réalisé par nos soins à l'aide des informations de l'enquête.**

<sup>23</sup> Permet de couvrir les besoins de gestion comptable et financière au niveau des comptes sociaux, ainsi il est une approche évolutive qui permet au gestionnaire de modifier et d'optimiser le périmètre d'analyse en fonction de la stratégie de l'entreprise.

<sup>24</sup> Est un ensemble de services internet interne (un réseau local) et un ensemble de réseaux bien définis et invisibles de l'extérieur Il consiste à utiliser des standard client-serveur de l'internet, pour réaliser un système d'information interne à une organisation ou une entreprise.

**Tableau n°14: L'impact des TIC sur la productivité**

	Augmentation	Stabilité	Diminution	Pas de réponse
Productivité	13	6	5	3

**Source: Réalisé par nos soins à l'aide des informations de l'enquête.**

**Tableau n°15: L'impact des TIC sur la rentabilité**

	Augmentation	Stabilité	Diminution	Pas de réponse
Rentabilité	15	5	4	3

**Source: Réalisé par nos soins à l'aide des informations de l'enquête.**

D'après l'analyse des trois tableaux, on peut constater un effet positif des TIC sur l'entreprise, en termes de chiffre d'affaire, de productivité et de rentabilité. Ces entreprises jugent que l'introduction des nouvelles technologies dans le processus de gestion, de production, de commercialisation et même dans la prise de décision est une chose inévitable pour augmenter la compétitivité et faire face à la concurrence dans un marché en perpétuelle changement.

Les autres entreprises qui ne possèdent pas une telle vision positive sur l'impact des TIC, renvoi à l'utilisation d'outil traditionnel et la non mise en place de techniques performantes.

### **C: L'usage des TIC avec les partenaires étrangers (Questions: 8, 9 et 10)**

Le tableau suivant retrace l'impact des TIC sur la distance et les délais avec les partenaires étrangers:

**Tableau n°16: L'impact des TIC sur la distance et les délais avec les partenaires étrangers**

	Positif	Négatif	Pas d'impact
Réduction de la distance	27	0	0
Réduction des délais	27	0	0

**Source: Réalisé par nos soins à l'aide des informations de l'enquête.**

L'ensemble des cadres se sont mis d'accord sur la contribution positive des TIC lorsqu'il est question d'affaire avec un partenaire étranger. Parmi les moyens cités; la vidéo conférence et l'e-mail qui permet de communiquer à distance (gains de temps), de réduire les frais de voyage (gains d'argent) et d'accélérer le processus décisionnel (gains d'efficacité).

### **D: L'intégration des TIC en Algérie (Questions: 11, 12 et 13)**

Le tableau suivant démontre la lecture des cadres questionnés sur la situation des TIC en Algérie:

**Tableau n°17: La situation des TIC en Algérie**

	Développé	Pas développé	Pas de réponse
L'intégration des TIC	5	22	0

**Source: Réalisé par nos soins à l'aide des informations de l'enquête.**

D'après le tableau ci-dessous, 22 sur un ensemble de 27 entreprises questionnées ont jugé que le secteur des TIC n'est pas développé en Algérie en s'appuyant sur les justifications suivantes:

- Le haut débit est jugé faible et l'implication des différentes TIC sur le terrain reste marginale.
- En comparaison avec la Tunisie et le Maroc, ces deux pays sont nettement développés.
- Retard en matière de standards internationaux

**Tableau n°18: L'orientation des TIC en Algérie**

	Beaucoup plus économique	Beaucoup plus sociale
L'utilisation des TIC	4	23

**Source: Réalisé par nos soins à l'aide des informations de l'enquête.**

Les TIC les plus influentes en Algérie sont dans l'aspect beaucoup plus social qu'économique, citant comme exemple, le Facebook, Twitter, Instagram.....ect

L'ensemble des entreprises questionnés ont informé ne pas connaître la réglementation qui régie le domaine des TIC, et qu'ils font recours selon leurs besoins et le contenu du contrat soit d'acquisition ou de vente (de logiciels ou des matériaux) entre les deux parties.

## 2.2.2. L'adhésion de l'Algérie à l'OMC

L'adhésion de l'Algérie à l'OMC évoque divers interrogations et une divergence d'opinion sur son impact sur l'Algérie. Cette partie sera consacrée à l'étude des informations recueillies concernant ce sujet.

### A: L'accession à l'OMC (Questions: 14, 15, 16 et 17)

Le tableau qui suit retrace le point de vue des enquêtés sur l'accession à l'OMC:

**Tableau n°19: La vision des enquêtés sur l'accession**

	Pour	Contre
L'accession à l'OMC	10	17

**Source: Réalisé par nos soins à l'aide des informations de l'enquête.**

Les 37% des entreprises ayant répondu par « oui » ont justifié par :

- Cela va pousser les entreprises algériennes à travailler d'avantages.
- Encourager les entreprises privées et revoir les statuts des entreprises publiques et leurs stratégies.
- Améliorer la productivité et la compétitivité des entreprises algériennes.
- Cela va permettre un vrai passage à l'économie de marché (libéralisation) et une diminution du contrôle de l'Etat.

Les 63% des entreprises ayant répondu par « non » ont justifié par :

- L'Algérie ne possède pas un tissu économique performant en matière de production, de la qualité des produits et services, de la qualité du facteur humains...etc pour faire face à la concurrence qui sera engendrée une fois adhéree.

Le tableau suivant montre l'interprétation des enquêtés sur les délais de négociation de l'Algérie à l'OMC:

**Tableau n°20: Les délais de négociation de l'Algérie à l'OMC**

	Très long	Long	Moyen	Court
Délai de négociation	22	4	1	0

**Source: Réalisé par nos soins à l'aide des informations de l'enquête.**

Selon les données du tableau ci-dessus, 81% des entreprises ont suggéré que la durée de négociation de l'accession de l'Algérie à l'OMC est très longue.

- La non diversification de l'économie algérienne. (24/27 soit 88% des entreprises)
- L'approche protectionniste de l'Etat algérienne. (18/27 soit 66% des entreprises)
- Absence de la compétitivité dans l'économie algérienne. (26/27 soit 96% des entreprises)
- Le problème renvoi aux conditions posées par l'OMC. (10/27 soit 37% des entreprises)

De plus, cette très longue période est argumentée par d'autres points, tels que:

- L'économie algérienne est dépendante du secteur hydrocarbures (mono-exportateur) sans une diversification du tissu économique.
- La question des subventions et la règle 51/49 imposée aux investisseurs étrangers.
- Le marché parallèle est très significatif et l'informel est très présent.

Le tableau ci-dessous démontre les prévisions du rendement des entreprises algériennes en fois adhéree faites par les cadres d'entreprises questionnées:

**Tableau n°21: Anticipation du rendement des entreprises algériennes une fois adhéree.**

	Augmentation	Diminution
Le rendement	6	21

**Source: Réalisé par nos soins à l'aide des informations de l'enquête.**

**Pour l'augmentation, elle a été prouvée par :**

- Diversifications des échanges.
- Relèvement du niveau de compétitivité.
- Maitrise et contrôle des importations agroalimentaires.

**Pour la diminution, elle a été prouvée par :**

- Manque de compétitivité pour faire face à des produits et services de meilleurs qualité.
- Disparition d'entreprises algériennes ce qui va engendrer des licenciements (chômage).

**B: La capacité des entreprises à faire face aux conséquences de l'adhésion (Question: 18)**

Le tableau suivant illustre les données recueillies sur la capacité des entreprises algériennes à faire face aux conséquences d'une adhésion hypothétique à l'OMC:

**Tableau n°22: L'entreprise est-elle prête à une éventuelle adhésion à l'OMC ?**

	Oui	Non
L'effectif	12	15

**Source: Réalisé par nos soins à l'aide des informations de l'enquête.**

D'après 15 entreprises de l'échantillon choisies qui ont déclaré ne pas être en mesure de subir les conséquences et d'affronter les conditions de l'économie du marché parce que leurs statuts sur le marché algérien n'est pas en leurs faveurs avec une absence du soutien de l'Etat et une concurrence déloyale de la part des importateurs. La plus part de ces entreprises exercent dans le secteur agroalimentaire (11 entreprises).

Par contre, 12 cadres questionnés ont estimé qu'elles possèdent les caractéristiques d'une entreprise performante telles que, une part de marché local, normes internationales et des moyens financiers. Ces entreprises sont réparties par secteur comme suit :

- Agroalimentaire:6
- Services:1
- Produits industrielles :3
- Hydrocarbure et énergie: 2

### 2.2.3. L'impact de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC sur les TIC

Cette partie se décompose en quatre éléments de l'enquête qui cible notre problématique:

#### A: Les TIC en Algérie une fois adhéree (Questions: 19, 20, 21 et 22)

A l'heure des grandes mutations que connaît le monde dans le domaine des TIC, l'Algérie est appelée à évoluer au rythme de ces transformations pour se mettre au diapason des exigences de ces nouvelles technologies et faire des TIC un levier puissant au service du développement économique. Les tableaux suivants vont retracer les anticipations qu'on a recueillies sur les transformations que va connaître les TIC en Algérie à la suite de son accession:

**Tableau n°23: Evolution des TIC en Algérie après l'affiliation**

	Augmentation	Stagnation	Diminution
Evolution des TIC	20	5	2

**Source: Réalisé par nos soins à l'aide des informations de l'enquête.**

**Tableau n°24: La qualité des TIC une fois adhéree**

	Aucun changement	Des nouvelles technologies
La qualité	4	23

**Source: Réalisé par nos soins à l'aide des informations de l'enquête.**

**Tableau n°25 : Les prix des TIC une fois adhéree**

	Augmentation	Stagnation	Diminution
Les prix	0	2	25

**Source: Réalisé par nos soins à l'aide des informations de l'enquête.**

Selon les trois tableaux, 92% des enquêtés stipulent que l'accession de l'Algérie à l'OMC va provoquer une diminution des prix suite à une éventuelle ouverture du marché algérien pour l'investissement en faveur de partenaires nationaux ou internationaux. Neufs



responsables ont cité l'exemple du marché de la télécommunication mobile qui, d'après eux, l'adhésion de l'Algérie fera naître une concurrence plus forte qu'elle est maintenant avec trois opérateurs (Mobilis, Ooredoo et Djezzy), à l'image du marché français qui ne cesse d'avoir des diminutions en matière des prix et une amélioration au niveau de la qualité et du service rendu. La chose qui va avoir des répercussions positives sur le citoyen, l'entreprise et l'économie algérienne notamment dans le secteur agroalimentaire et industrielle.

Pour la propriété intellectuelle, particulièrement, industrielle, elle englobe principalement, les brevets d'invention, les dessins et modèles, les marques de fabrication et de service, ainsi que les appellations d'origine. En Algérie, la prise en considération de ces droits soulève de multiples interrogations et leur amélioration est l'une des points traités dans le dossier d'adhésion à l'OMC. Ce tableau résume la vision des entreprises questionnées sur ce sujet:

**Tableau n°26: Les droits de propriété intellectuelle en Algérie une fois adhérent**

	Oui	Non
ADPI	19	8

**Source: Réalisé par nos soins à l'aide des informations de l'enquête.**

Selon 19 des cadres d'entreprises sur un ensemble de 27 cadres, il y aura une amélioration des aspects des droits de propriété intellectuelle en expliquant que c'est un engagement avec l'OMC que l'Algérie doit respecter sur le terrain et cela va permettre de:

- Assurer le respect des droits de la propriété intellectuelle.
- Assurer la protection de la marque algérienne au niveau local et international.
- Lutter contre la contrefaçon et limitation sur le marché algérien.
- Avoir des produits de meilleure qualité.
- Inciter les producteurs algériens à la créativité et à l'innovation pour avoir leurs propres marques et brevets.

### **B: Le rôle des TIC dans l'économie une fois adhérent (Question: 23)**

Le point suivant résume l'évolution de la position et la contribution des TIC dans l'économie algérienne après l'affiliation:

**Tableau n°27: Les TIC vont-t-elles jouer un rôle économique ?**

	Oui	Non
Les TIC vont jouer un rôle économique	24	3

**Source: Réalisé par nos soins à l'aide des informations de l'enquête.**

Plusieurs arguments ont été cités tels que:

- Il n'y aura plus la contrainte de la distance, l'espace économique ne sera qu'un seul.
- Le développement de l'offre par ligne c'est la chose qui va permettre aux entreprises plus de contacts avec des clients locaux ou de l'extérieur, ainsi atteindre des besoins non satisfaits par la voie traditionnelle
- Augmentation de la productivité
- ça va redynamiser l'économie algérienne en créant des postes d'emplois.
- Baisse des coûts.
- Augmentation de la concurrence.
- Diversification des produits et services offerts aux clients.

### **C: La participation des TIC dans le développement des exportations algériennes (Questions:24, 25 et 26)**

Le tableau suivant touche l'apport des TIC sur le développement des exportations hors hydrocarbures, les formalités douanières et administratives et la bureaucratie:

**Tableau n°28: L'impact des TIC sur les exportations en Algérie**

	EHH*		FDA*		Bureaucratie	
	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non
Impact des TIC	15	12	19	8	21	5

**Source: Réalisé par nos soins à l'aide des informations de l'enquête.**

\*Exportation hors hydrocarbures

\*Formalités douanières et administratives

**-Le développement des exportations hors hydrocarbures:** Les 55% sur un ensemble de 27 cadres, ayant répondu par « oui », principalement, ceux du secteur agroalimentaire et industrielle, ont justifié par:

- Le développement des TIC va provoquer un développement d'entreprises à forts valeurs ajoutés, par conséquent elles vont avoir un potentiel pour exporter.
- Faciliter l'accès des PME aux informations sur les marchés étrangers chose qui va renforcer la capacité exportatrice des entreprises algériennes et d'intégrer le marché international.

Les 45% sur un ensemble de 27 cadres, ayant répondu par « non », particulièrement, le secteur des hydrocarbures et énergie, ont justifié par:

- Le développement des TIC n'est pas condition pour le développement des exportations.
- Il n'y a pas une industrie rentable et productive en Algérie mais beaucoup plus une industrie de transformation
- Le non développement du marché boursier en Algérie
- Absence de volonté politique pour faire développer d'autres exportations et de donner une chance aux entreprises locales.

**-Les formalités douanières et administratives:** Les 70% sur un ensemble de 27 entreprises ayant répondu par « oui » ont justifié par:

- Simplification des procédures et diminution des documents que les entreprises doivent présenter lors d'une opération à l'extérieur.

Les 30% sur un ensemble de 27 entreprises, ayant répondu par « non » ont justifié par:

- La procédure douanière est la même, elle ne va pas être changée parce que c'est des procédures réglementaires.

**-La Bureaucratie:** Les 77% sur un ensemble de 27 entreprises ayant répondu par « oui » ont justifié par :

- L'informatisation va donner plus de crédibilité à l'environnement des affaires en Algérie.

Les 23% sur un ensemble de 27 entreprises ayant répondu par « non » ont justifié par:

- Le manque de transparence
- La fraude et la corruption règnent sur l'environnement des affaires en Algérie
- Absence de volonté politique pour y faire face
- Système bancaire non compatible.

## **D: L'impact de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC sur l'Internet et la télécommunication (Questions: 27 et 28)**

Plus de 90% des entreprises questionnés ont anticipé un développement du haut débit et une amélioration des télécommunications en termes de prix et de qualité, notamment, le réseau. Aussi, une disponibilité et une rapidité dans la transmission de l'information, alors des échanges. Pour les entreprises restantes ayant anticipé aucun effet de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC sur l'Internet et la télécommunication, elles ont expliqué cela par le non engagement réel du gouvernement algérien et l'insuffisance des réformes mises en évidence pour les faire développer.

### **Conclusion**

L'Algérie est à la traîne et ne bénéficie pas des impacts de transformation des TIC, en particulier dans son économie, mais le plus étonnant, c'est qu'il y a un faible niveau de développement des infrastructures TIC, couplé à l'insuffisance des compétences disponibles, ce qui traduit la faiblesse du taux d'absorption des technologies par tout, en particulier les entreprises et les individus.

D'après les observations qu'on a pu effectuer pendant notre enquête, on a constaté que les entreprises algériennes utilisent les moyens d'information et de communication, mais le problème c'est que les TIC sont en évolution et en développement continu (innovation et progrès technique) et les entreprises algériennes ne s'adaptent pas rapidement à ces transformations.

Les 27 entreprises questionnées ont stipulé que l'adhésion de l'Algérie à l'OMC va contribuer positivement au développement des TIC ce qui va propulser, en premier lieu, l'économie algérienne vers l'avant (augmentation de la compétitivité et de la productivité) et, en deuxième lieu, ça va donner un nouveau souffle aux échanges internationaux en Algérie.

## **CONCLUSION GENERALE**

L'endettement dans lequel se trouvait l'Algérie à la fin des années 1980 et les pressions exercées par le fond monétaire international (FMI) et la banque mondiale ont obligé les pouvoirs publics en 1988 d'adopter le passage d'une économie planifiée à une économie de marché. L'Algérie en exposant son économie à la mondialisation doit procéder à une mise à niveau de cette dernière et donc restructurer et redresser ses entreprises par son adhésion à l'organisation mondiale du commerce (OMC) qui est une procédure prise pour renforcer l'ouverture de l'économie Algérienne. Mais, l'environnement de l'entreprise algérienne est en mutation rapide, la forte concurrence l'oblige à améliorer la qualité de ces produits, ce qui nécessite une nouvelle vision de l'entreprise comme créatrice de richesse et non le contraire.

Parmi les solutions que l'entreprise et l'économie algérienne doivent mettre en place c'est l'adoption des Techniques d'Information et de communication qui tiennent désormais une place centrale dans une économie. Non seulement, elles jouent, en tant que secteur d'activité, à armes égales avec de nombreux autres secteurs considérés comme des poids lourds de l'économie (hydrocarbures), mais de plus, elles semblent insuffler de la productivité et de l'innovation dans tous les domaines de l'économie.

Durant ce travail, nous avons touché plusieurs axes directement relié à notre thème, c'est le cas de l'OMC, du dossier de l'Algérie pour accéder à cet organisme et des TIC, qu'on a développé et expliqué dans la première partie théorique . En effet, notre objectif était de répondre à notre problématique de l'introduction générale : Qu'elle est l'impact de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC sur les TIC?

Notre travail est une contribution sur le rôle que peut jouer les TIC pour replacer favorablement l'économie algérienne sur le marché mondial, et cela en passant par l'adhésion à l'OMC. Cette dernière qui prend l'importance et l'évolution des TIC dans le monde au sérieux par l'adoption des ADPIC et de l'ATI.

La scène algérienne est divisée en deux camps concernant l'accession à l'OMC d'une vision globale, mais sur son impact sur les TIC, on a pu sentir un optimisme pour le développement de ce secteur une fois adhérent et une bonne contribution à la croissance de la compétitivité au sein des entreprises algériennes, en conséquence, une redynamisation de l'ensemble de l'économie notamment sur le plan externe.

Dans la même dynamique, et d'après les résultats de notre enquête, on peut constater, en premier lieu, que la première hypothèse est vérifiée où suite à une ouverture du marché algérien, il y aura une diffusion de nouvelles technologies avec un potentiel en matière de qualité et de prix. Ce qui va propulser le rendement des entreprises algériennes au niveau national et international.

En second lieu, la deuxième hypothèse sur le développement du haut débit et de la télécommunication après l'adhésion de l'Algérie à l'OMC est vérifiée d'après l'enquête qu'on a effectué et, en dernier lieu, la troisième hypothèse n'est pas vérifiée, parce que le respect et la protection de la propriété intellectuelle va instaurer un sentiment de confiance chez les producteurs algériens.

Il est à noter qu'on ne peut pas généraliser les résultats de notre enquête parce qu'un vrai développement des TIC est dépendant du degré d'engagement de l'Etat algérien à mettre sur place des stratégies en adéquation avec les réformes de l'OMC qui vise la promotion des TIC.

## **Liste bibliographique**



### **A. Ouvrages**

- Bertrand B, sciences économiques, Dunod, Paris, 2009.
- Benssid. H, Algérie : « de la planification socialiste à l'économie de marché », Alger, ENAG, 2004.
- Chehrit .K, L'OMC, Synthèse et présentation, 3<sup>ème</sup> édition : Grand-Alger-Livres, Alger, 2007.
- Gérard Marie Henry : « L'OMC », Studyrma, France, 2006.
- Lannoo.P et Ankri.C, e-marketing et e-commerce, 2<sup>ème</sup> édition, paris, Vuibert juillet 2007.
- Ouchichi.M, « les fondements politiques de l'économie rentière en Algérie », DECLIC, Bejaia, mai 2014.

### **B. Documents et revues**

- Bouhenna. A, les enjeux des NTIC dans les entreprises, Université Tlemcen.
- Chevalier.J-M et Ouedraogo. N, le micro-capitalisation : le rôle des nouvelles technologies d'information et de communication (NTIC) dans le développement des économique
- CNUCED, Les TIC et le tourisme dans une optique de développement, Genève, 30 novembre-2 décembre 2005.
- Delvaux.S et Mignan.V, « les technologies de l'information et de communication : Quels atouts pour la région ? », NORD PAS-de-Calais, DRIRE, 2008.
- Document : comprendre l'OMC, 2011.
- Gallouj. C et Leroux. E, « E-tourisme, innovation et modes d'organisation », Management & Avenir 2011/2 (n° 42), CAIRN.INFO.
- Gagné.G et Vlassis A, « L'Accord sur les technologies de l'information, réveil de l'OMC ? », Organisation internationale de la francophonie, CEIM, 75007 Paris, Décembre 2014, [www.Francophonie.org](http://www.Francophonie.org).
- Guide investir en Algérie, édition 2013, Alger, Algérie, kpmg.dz.
- ICC, L'Impact d'Internet et des TIC sur la création d'emploi et sur la croissance économique, Numéro du document:373/520 – (23 juillet 2012).
- J-P. Pourtois, H. Desmet et W. Lahaye, Les points-charnières de le recherche scientifique, Université de Mons-Hainaut, compus FORSE.

- Marc.M, Les technologies de l'information et de la communication et les problèmes du travail et l'emploi, Aix-en-Provence, 21/07/2006, <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00087128>.
- Miotti. L et Sachwald. F, commerce mondial: le retour de la « la vieille économie » ?, 75740 Pris CEDEX 15- France, Eur-Ifri, 2006.
- Mehdi Abbas, Du GATT à l'OMC. Un bilan de soixante ans de libéralisation des échanges, Université Grenoble France, Septembre 2007.
- Mehdi Abbas, Le processus d'accession à l'OMC, Une analyse d'économie politique appliquée à l'Algérie, Université Mentouri, Constantine, 22 novembre 2008
- Mehdi Abbas, L'accession de l'Algérie à l'OMC. Entre ouverture contrainte et ouverture maîtrisée, LEPII, Université de Grenoble, CNRS BP 47, 38040 Grenoble cedex 9, France,Avril 2009.
- Mehdi Abbas, L'accession à l'OMC : Quelles stratégies pour quelle intégration à la mondialisation ?, Université Pierre Mendès France, septembre 2009.
- Mahdi Abbas, L'accession à l'OMC, L'Harmattan, 2009/4 (N°71), <http://www.cairn.info.org>.
- Mohamed Amine KESSOURI, Les Indicateurs de Télécommunication / TIC : *Etat des lieux en Algérie*, 11ème Réunion sur les Indicateurs Télécom. / TIC Mexico (Mexique) - 4 au 6 Décembre 2013, Ministère PTIC.
- Ministère des Finances, Direction Générale des Douanes, Statistiques du commerce extérieur de l'Algérie, (Période : 1er Trimestre 2015), Centre National de l'Informatique et des Statistiques.
- Nathalie Coutinet, Définir les TIC pour mieux comprendre leur impact sur l'économie. Hermes, CNRS-Editions, 2006, <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00199011>.
- OCDE, Groupe de travail sur les indicateurs pour la société de l'information, Economie de l'information: Définitions sectorielles fondées sur la classification internationale type par industrie (CITI 4), 03 Mars 2007.
- OCDE, Groupe de travail sur les indicateurs pour la société de l'information, Mesurer les impacts des TIC au moyen des statistiques officielles, 04 janvier 2008.
- Philippe. B, Said.S , Fatiha.T, Enjeux et impacts du processus d'adhésion de l'Algérie à l'OMC, document du travail CEPN. N°2009-05.halshs-00607420, Version 1-France 8juillet 2011.
- Philippe Petit, Propriété intellectuelle, mondialisation et développement
- Rapport du Groupe de la Banque Mondiale : Information and Communications for Development 2009: Extending Reach and Increasing Impact.
- Recueil, ALGEX, Les grandes lignes des cadres des affaires et des relations commerciales internationales 24, 2012.
- Synthèse, e-commission, e-Algérie 2013, Décembre 2008.

-Talahite Fatiha et Hammadache Ahmed, « L'économie algérienne d'une crise à l'autre », Maghreb - Machrek, 2010/4 N° 206, DOI : 10.3917/machr.206.0099.

### **C. Les articles**

- Abed Tilioua, l'Algérie peine à arracher son admission à l'OMC, lundi 21 avril 2008, www. Algérie actualité.dz.

- Djouher FERRAG, C'est une bénédiction pour notre économie, Mercredi 06 Aout 2014, www. L'Expression.dz.

- Hichem, Rapport ARPT 2013-2014, L'Algérie, déconnectée des TIC, 12/12/2014, 17h02, <http://www.reporters.dz>.

- Loubna Lahmici. L et Brahimi. A, Les internautes algériens enthousiastes à la venue de la 3G et du e-commerce, p7, [www.webdialna.com](http://www.webdialna.com).

- Mohamed El-Ghazi, Interview -Amara Benyoune : «Certains lobbies veulent empêcher l'Algérie d'adhérer à l'OMC», <http://algeriepatriotique.com>, 30.09.2014 - 13:08.

- Nawel Hami, Les recommandations destinées à promouvoir les exportations et professionnaliser le métier d'importateur, 01 - 04 - 2015, www. La nouvelle république, DZ.

- Samar Sadki, L'adhésion à l'OMC : Les TIC font partie du pack, 27.05.2014,<http://www.itmag-dz.com>.

- Zoheir Rouis, Les enjeux de l'accession de l'Algérie à l'OMC, lundi 18 janvier 2010, <http://mobile. Agora Vox.fr>.

- Zhor Hadjam, Top 500 des entreprises Africaines : dix nouvelles entreprises Algérienne y font leur entrée, 29-04-2015,10h00, [www. El Watan.dz](http://www. El Watan.dz).

- Le directeur adjoint de l'OMC à Algérie patriotique : «L'adhésion de l'Algérie suppose aussi des concessions», 11 MAI 2013 - 4:51 <http://algeriepatriotique.com>

- Adhésion de l'Algérie à l'OMC: Les experts s'opposent, 08/07/2014, [www. L'Actualité.dz](http://www. L'Actualité.dz).

- Interview de Monsieur le Ministre, 30 Septembre 2014 site web : [www.mincommerce.gov.dz](http://www.mincommerce.gov.dz).

- L'Adhésion de l'Algérie à l'OMC : Nécessité d'aller vers une stratégie de développement national, Forum d'El Moudjahid, 14-10-2014, [www. El Moujahid.dz](http://www. El Moujahid.dz).

### **D. Webographie**

-<http://www.itmag-dz.com>

-<http://www.medafco.org>

-<http://algeriepatriotique.com>

- <http://www.reporters.dz>
- [http://mobile.Agora Vox.fr](http://mobile.AgoraVox.fr)
- [www.webdialna.com](http://www.webdialna.com)
- [www. Algérie-actualité.dz](http://www.Algerie-actualite.dz)
- [www. La nouvelle république.dz](http://www.La-nouvelle-republique.dz)
- [www. Algérie Watch. Dz](http://www.Algerie-Watch.Dz)
- [www .El Watan.dz](http://www.El-Watan.dz)
- [www. ANDI.dz](http://www.ANDI.dz)
- [www. El Moujahid.dz](http://www.El-Moujahid.dz)
- [www. L'Expréssion.dz](http://www.L-Expression.dz)
- [www.OMC.org](http://www.OMC.org)
- [www .OCDE.org](http://www.OCDE.org)
- [www. CNUCED.org](http://www.CNUCED.org)
- [www. Groupe Banque mondiale.org](http://www.Groupe-Banque-mondiale.org)
- [www. mincommerce.gov.dz](http://www.mincommerce.gov.dz)
- <http://www.cairn.info.org>
- <https://halshs.archives-ouvertes.fr>
- [www. Francophonie.org](http://www.Francophonie.org)

### **E. Autres sources**

- Centre National de l'Informatique et des Statistiques.
- Loi de Finance 2014.
- Emission télévisée: Farida Belkessam, Hiwar Assaà, Invité: Ammar Benyounés, ENTV, 20 Mai 2015, 21h00.

# **ANNEXES**

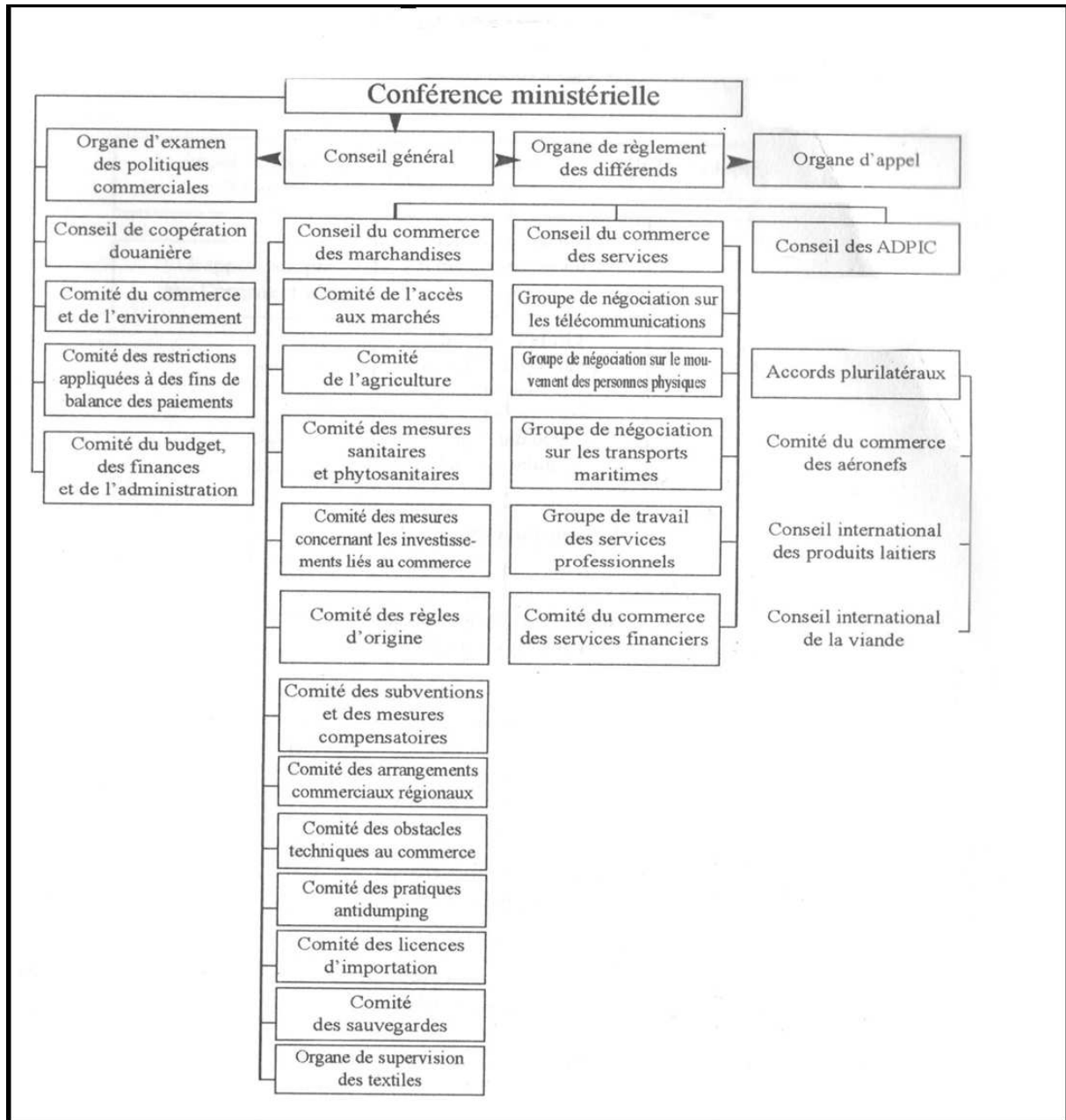
## Liste des annexes

**Annexe n°01:** Organigramme de l'OMC

**Annexe n°02:** Définition de TIC selon les activités

**Annexe n°03:** Questionnaire

## Annexe n° 01: L'organigramme de l'OMC



## Annexe n°02: Les activités des TIC selon l'OCDE

<b>Activités de fabrication des TIC</b>	
2610	Fabrication de composants et de cartes électroniques
2620	Fabrication d'ordinateurs et d'équipements périphériques
2630	Fabrication d'équipements de communication
2640	Fabrication de produits électroniques grand public
2680	Fabrication de supports magnétiques et optiques
<b>Activités de vente des TIC</b>	
4651	Commerce de gros d'ordinateurs, d'équipements périphériques pour ordinateur et de logiciels
4652	Commerce de gros d'équipements et de composants électroniques et de télécommunications
<b>Activités de services des TIC</b>	
5820	Édition de logiciels
<b>61</b>	<b>Télécommunications</b>
6110	Télécommunications par fil
6120	Télécommunications sans fil
6130	Télécommunications par satellite
6190	Autres activités de télécommunications
<b>62</b>	<b>Programmation informatique, conseil en informatique et autres activités rattachées à l'informatique</b>
6201	Programmation informatique
6202	Conseil en informatique et infogérance
6209	Autres activités rattachées à l'informatique
<b>631</b>	<b>Traitement de données, hébergement et activités connexes ; portails Internet</b>
6311	Traitement de données, hébergement et activités connexes
6312	Portails Internet
<b>951</b>	<b>Réparation d'ordinateurs et d'équipements de communication</b>
9511	Réparation d'ordinateurs et d'équipements périphériques
9512	Réparation d'équipements de communication



## Annexe n°03: Le questionnaire

### I) Présentation de l'entreprise :

1- Dans quel secteur opère votre entreprise ?

- Public
- Privé
- Mixte

2- Quel type d'activité exercé par votre entreprise ?

- Agroalimentaire
- Service
- Hydrocarbures
- Autre.....

3-Quelle est la taille de votre entreprise ?

- Très petite entreprise
- PME
- Grande entreprise

Précisez le nombre d'employés.....

4-Délimitez la sphère géographique de votre activité

.....

### II) Généralités sur les TIC

1- Connaissez-vous la notion des TIC?

- Oui
- Non

2-Votre entreprise prend-t-elle les TIC en considération ?

- Oui
- Non

Justifiez votre réponse.

.....  
.....  
.....

3-Quels sont les types des TIC utilisez-vous ?

- Des logiciels
- Des matériaux
- Citez autres .....

4-Faites vous des investissements dans le domaine des TIC ?

- Oui
- Non

Pourquoi ?

Si oui :

- Pour améliorer la performance de l'entreprise
- Pour minimiser les coûts d'acquisition des TIC
- Vue leur importance et leur nécessité
- Autres.....

Si non :

- Ça coute cher
- Le domaine d'activité ne nécessite pas un tel investissement
- Nous ne sommes pas intéresser
- Autres.....

5-Quel est l'apport des TIC dans votre entreprise sur l'évolution du chiffre d'affaire ?

- Faible
- Moyen
- Important
- Nul
- Pas de réponse

6-Quel est l'apport des TIC dans votre entreprise sur la productivité ?

- Augmentation
- Stabilité
- Diminution
- Pas de réponse

7-Quel est l'apport des TIC dans votre entreprise sur la rentabilité ?

- Augmentation
- Stabilité
- Diminution
- Pas de réponse

8- Avec quels moyens votre entreprise communique-t-elle avec ses partenaires étrangers ?

- Par téléphone
- Par e-mail
- Par courrier
- Citez autres.....

9-L'usage des TIC, réduit-il la contrainte de la distance avec vos partenaires étrangers ?

- Positif
- Négatif
- Pas d'impact

10-L'usage des TIC, réduit-il les délais avec vos partenaires étrangers ?

- Positif
- Négatif
- Pas d'impact

11-Comment jugez-vous l'intégration des TIC en Algérie ?

- Développée
- Pas développée
- Pas de réponse

Justifiez votre réponse

.....  
.....  
.....

12- Que pensez-vous de l'utilisation des TIC en Algérie ?

- Beaucoup plus économique
- Beaucoup plus social

Justifier votre choix

.....  
.....  
.....

13-Avez-vous des connaissances sur la réglementation qui régit les TIC en Algérie ?

- Oui
- Non

Si oui, Quel est votre opinion sur cette réglementation ?

.....  
.....

Si non, Sur quelle base vous faites recours aux TIC ?

.....  
.....

**III) L'adhésion de l'Algérie à l'OMC**

14-Etes-vous pour ou contre l'accession de l'Algérie à l'OMC ?

- Pour
- Contre

Pourquoi ?

.....  
.....  
.....

15-Comment jugez-vous le délai de négociation ?

- Très long
- Long
- Moyen
- Court

16-D'après vous, quelles sont les imperfections de l'économie algérienne qui font que l'accession à l'OMC est si compliquée ?

- La non diversification de l'économie algérienne
- L'approche protectionniste de l'Etat Algérien
- Absence de la compétitivité dans l'économie algérienne
- Le problème renvoi aux conditions posées par l'OMC
- Autres réponses

Justifiez votre choix

.....  
.....  
.....

17-Quelles anticipations faites-vous sur le rendement des entreprises algériennes une fois adhéree?

- Augmentation du rendement

- Diminution du rendement

Justifiez votre suggestion

.....  
.....  
.....

18-Votre entreprise est-elle prête à une éventuelle adhésion à l'OMC ?

- Oui
- Non

Si oui :

- Les moyens financiers et humains
- Les normes internationales
- La compétitivité de vos produits

Si non :

- La concurrence déloyale de la part des importateurs
- Manque du soutien de l'Etat
- Insuffisance des procédures prises pour la protection de la production locale
- Manque de compétitivité

#### **IV) L'impact de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC sur les TIC**

19 -Quelles anticipations faites vous pour l'évolution des TIC une fois l'Algérie est adhéree ?

- Augmentation
- Stagnation
- Diminution

20-Quelles anticipations faites-vous sur la qualité des TIC une fois adhéree ?

- Aucun changement
- Introduction de nouvelles technologies

Justifiez votre réponse.

.....  
.....  
.....

21-Quelles anticipations faites-vous sur les prix des TIC une fois adhéree ?

- Augmentation
- Stagnation

- Diminution

22- Les aspects des droits de la propriété intellectuelle qui touchent au commerce vont-t-il d'être pris au sérieux une fois adhéré ?

- Oui
- Non

Si oui, quel impact sur l'entreprise et l'économie algérienne ?

.....  
.....  
.....

Si non, comment analysez-vous leur situation actuelle ?

.....  
.....  
.....

23-L'adhésion de l'Algérie à l'OMC va-t-elle donner la possibilité aux TIC de jouer vraiment son rôle économique ?

- Oui
- Non

Justifier votre opinion

Si oui :

- Augmentation de la productivité
- Augmentation du PIB
- Augmentation de performance
- Développement de l'offre de services en ligne

Si non :

- Absence d'infrastructures de TIC
- Prédominance du rôle social sur le rôle économique
- Manque de valorisation des compétences scientifiques et techniques nationales

24-La diffusion de nouvelles technologies va-t-elle contribuer au développement des exportations, notamment hors hydrocarbures ?

- Oui
- Non

Justifiez votre réponse

.....  
.....  
.....

25-La diffusion des TIC va-t-il contribuer à la diminution des formalités douanières et administratives pour les exportateurs ?

- Oui
- Non

Justifiez votre réponse

.....  
.....  
.....

26- Parmi les problèmes que rencontrent les exportateurs algériens c'est la bureaucratie. Pensez- vous que la diffusion de nouvelles techniques d'informations va remédier à ce problème ?

- Oui
- Non

Justifiez votre réponse

Si oui :

- Réduction des formalités administratives (paperasse)
- Réduction du temps
- Réduction des erreurs
- Autres réponses

Si non :

- Réglementation rigide
- Trop de formalités
- Manque de culture sur l'utilisation des TIC
- Autres réponses

27-Quelles prévisions faites-vous sur la diffusion de l'Internet une fois adhérent ?

- Très efficace
- Efficace
- Pas d'amélioration
- Faible

Selon votre réponse, quel impact sur votre entreprise et l'économie algérienne ?

.....  
.....  
.....

28-Quelles prévisions faite-vous sur la croissance des télécommunications une fois adhérent ?

- Plus de choix en matière d'opérateurs mobiles
- Diminution des prix
- Amélioration en matière de qualité
- Aucun changement

29- Si vous voulez ajouter quelque chose :

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

Veillez accepter nos sincères remerciements pour votre disponibilité et votre contribution

Ce questionnaire est le fruit de nos efforts, fournit par nous même sans la contribution de personne et sans la consultation d'aucune méthode déjà utilisée.



# Table des matières

<b>Remerciements.....</b>	<b>I</b>
<b>Dédicaces.....</b>	<b>II</b>
<b>Liste des abréviations.....</b>	<b>III</b>
<b>Liste des figures.....</b>	<b>IV</b>
<b>Liste des tableaux.....</b>	<b>V</b>
<b>Sommaire.....</b>	<b>VI</b>
<b>Introduction générale.....</b>	<b>1</b>
<b>Chapitre 01 : Organisation Mondiale du Commerce</b>	
<b>Introduction.....</b>	<b>5</b>
<b>Section 01 : Passage historique sur le GATT.....</b>	<b>5</b>
1.1. Naissance et principes du GATT.....	6
1.1.1. Naissance du GATT.....	6
1.1.2. Les principes de base du GATT.....	7
1.2. Les rounds de négociation durant le GATT.....	7
1.3. L'Uruguay Round et naissance de l'OMC.....	9
<b>Section 2: Généralités sur l'OMC.....</b>	<b>11</b>
2.1. Définition et rôle de l'OMC.....	11
2.2. Principes de l'OMC.....	12
2.2.1. Un commerce sans discrimination (principe d'égalité).....	12
A : Clause de la nation la plus favorisée (NPF).....	12
B: Traitement national.....	13
2.2.2. La bonne foi.....	13
A: La consolidation.....	13
B : La transparence.....	14
C : La protection par les tarifs.....	14
D :L'interdiction des protections déguisées.....	14
2.2.3. Les dérogations.....	14
A : Traitement spécial et différencié des pays en voie de développement .....	15
B : Les exceptions.....	15
C : Les sauvegardes.....	15

D : Antidumping .....	15
E : Les subventions et les droits compensateurs .....	15
2.2.4. Les pénalités.....	15
2.3. Organisation et fonctionnement de l'OMC.....	16
2.3.1. L'organisation de l'OMC.....	16
A : La conférence ministérielle.....	16
B : Le conseil général.....	16
C: L'organe de règlement des différends et l'organe d'examen des politiques commerciales.....	16
D : Les conseils.....	17
E : Les comités.....	17
3.3.2. Le fonctionnement de l'OMC.....	17
2.4: L'accession à l'OMC.....	18
2.4.1. Les déterminants d'accession à l'OMC.....	18
2.4.2. Le processus de l'accession à l'OMC.....	18
<b>Section 3: L'Organe de Règlement des différends.....</b>	<b>22</b>
3.1. Procédure de règlement des différends.....	22
3.2. L'organe d'appel.....	23
3.3. Principales étapes du règlement des différends.....	23
3.3.1. Consultation.....	23
3.3.2. Création d'un groupe spécial (Panel).....	24
3.3.3. Examen par le groupe spécial.....	24
3.3.4.L'appel.....	24
3.3.5. Adoption du rapport.....	24
3.3.6. Mise en œuvre.....	24
<b>Section 4: Les limites de l'OMC.....</b>	<b>27</b>
4.1. Les limites liées aux règlements des différends.....	27
4.2. Les critiques assignées aux accords sur l'agriculture.....	27
4.3. Firmes multinationales.....	28
4.4. Autres critiques.....	28
4.4.1. L'augmentation des manifestations contre l'OMC.....	28

4.4.2. Questions liées à la préservation de l'environnement.....	28
4.4.3. La prise de décision.....	29
4.4.4. Les conditions d'adhésion à l'OMC.....	29
<b>Conclusion.....</b>	<b>30</b>

## **Chapitre 02 : La démarche de l'Algérie pour l'accession à l'OMC**

<b>Introduction.....</b>	<b>31</b>
<b>Section 1: Evolution de l'économie algérienne.....</b>	<b>31</b>
1.1. La phase de planification.....	31
1.2. L'économie de marché.....	34
<b>Section 2: Les objectifs et les intérêts de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC.....</b>	<b>38</b>
2.1. Les objectifs de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC.....	38
2.1.1. La diversification des échanges.....	38
2.1.2. Le relèvement du niveau général de compétitivité du secteur des fabrications industrielles.....	38
2.1.3. La maîtrise et le contrôle des importations de produits agro-alimentaires.....	39
2.2. Les intérêts que peut tirer l'Algérie après son adhésion à l'OMC.....	44
2.2.1. Les jugements opposés par des experts algériens.....	46
2.2.2. Les jugements apportés en faveur de l'accession par des experts algériens.....	48
<b>Section 3: Le processus d'adhésion de l'Algérie à l'OMC.....</b>	<b>49</b>
3.1. Présentation du groupe de travail.....	49
3.2. Les rounds de négociation entre l'Algérie et l'OMC.....	51
<b>Section 4: Les causes d'une longue démarche de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC.....</b>	<b>53</b>
4.1. Causes relatives à l'origine des caractéristiques du processus lui-même.....	54
4.1.1. Procédure pragmatique et au cas par cas.....	54
4.1.2. Les causes relatives à la complexité des processus transformationnels associés à la mise aux normes du régime de l'OMC.....	54
4.2. Les causes relatives au système d'économie politique algérien.....	55
4.2.1. Difficultés et complexités du processus de réformes économiques.....	55
4.2.2. Absences d'une perspective claire sur le projet de développement sous-jacent aux réformes.....	55

4.2.3. Prépondérance du secteur des hydrocarbures en matière de croissance et de répartition de la richesse créée.....	55
4.2.4. Faible compétitivité du tissu industriel algérien et risques sociaux associés à son ouverture à la concurrence.....	56
<b>Conclusion.....</b>	<b>57</b>

## **Chapitre 03 : Les Techniques d'Information et de Communication**

<b>Introduction.....</b>	<b>58</b>
--------------------------	-----------

### **Section 01: Généralités sur les TIC.....58**

1.1. La nature des TIC .....	59
1.2. Définitions des TIC.....	60
1.3. Avantages et inconvénients des TIC.....	63
1.3.1. Avantages.....	63
1.3.2. Inconvénients.....	64

### **Section 2: L'impact des TIC sur la performance des économies.....65**

2.1. L'impact des TIC sur la croissance de la productivité.....	65
2.2. L'impact des TIC sur l'emploi.....	67
2.3. Les TIC sont un appui à l'agriculture.....	68
2.4. Les TIC et l'entrepreneuriat.....	68
2.5. L'impact des TIC sur le développement du secteur touristique.....	69

### **Section 3: L'impact des TIC sur le développement des entreprises à l'international.....71**

3.1. Les enjeux d'une présence de l'entreprise sur l'Internet.....	71
3.1.1. Un outil de communication institutionnelle .....	71
3.1.2. Un outil de présentation des produits ou services.....	72
3.1.3. Un outil relationnel avec des clients.....	72
3.1.4. Un outil de vente à des particuliers ou des professionnels.....	73
3.2. Le commerce électronique.....	73
3.3. Les exportations des TIC dans le monde.....	76

### **Section 04 : Les obstacles au développement des TIC dans les pays en développement..78**

4.1. Contrainte technologique.....	79
4.2. Contrainte financière.....	79
4.3. Obstacles due au continu et à l'interface.....	79

4.4. Autres obstacles.....	80
<b>Conclusion.....</b>	<b>81</b>
 <b>Chapitre 04 : Etude qualitative sur l'impact de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC sur les TIC</b>	
<b>Introduction.....</b>	<b>82</b>
 <b>Section 01: La situation algérienne en terme de TIC.....</b>	
1.1. L'utilisation et la contribution des TIC en Algérie.....	83
1.2. Le commerce extérieur Algérien et les TIC.....	86
1.2.1. La part des TIC dans les échanges internationaux de l'Algérie.....	87
1.2.2. Procédure d'importation ou d'exportation d'un produit TIC en Algérie.....	89
A: Le dossier administratif.....	90
B: Dossier technique .....	90
1.3. Les TIC dans l'adhésion de l'Algérie à l'OMC.....	91
1.3.1. L'Accord sur Technologie d'Information(ATI).....	91
1.3.2. L'Organisation Mondiale de Propriété Intellectuelle OMPI.....	93
1.4. La stratégie e-Algérie 2013.....	95
1.4.1. Accélération de l'usage des TIC dans l'administration publique.....	96
1.4.2. Accélération de l'usage des TIC dans les entreprises.....	96
1.4.3. Développement des mécanismes et des mesures incitatives permettant l'accès des citoyens aux équipements et aux réseaux des TIC.....	96
1.4.4. Impulsion du développement de l'économie numérique.....	97
1.4.5. Renforcement de l'infrastructure des télécommunications à haut et très haut débit.....	97
1.4.6. Développement des compétences humaines.....	97
1.4.7. Renforcement de la recherche-développement et de l'innovation.....	97
1.4.8. Mise à niveau du cadre juridique national.....	97
1.4.9. Information et communication.....	98
1.4.10. Valorisation de la coopération internationale.....	98
1.4.11. Mécanismes d'évaluation et de suivi.....	98
1.4.12. Mesures organisationnelles.....	98
1.4.13. Moyens financiers et planification.....	99

<b>Section 2: Méthodologie et contexte de l'étude qualitative.....</b>	<b>99</b>
2.1. Présentation de l'enquête.....	99
2.1.1. Présentation du questionnaire .....	100
2.1.2. Présentation de l'échantillon.....	100
2.2. Analyse et interprétation des résultats.....	102
2.2.1. Généralités sur les TIC.....	102
A: La place des TIC.....	102
B: L'impact des TIC sur le chiffre d'affaire, la productivité et la rentabilité.....	103
C: L'usage des TIC avec les partenaires étrangers.....	104
D: L'intégration des TIC en Algérie.....	105
2.2.2. L'adhésion de l'Algérie à l'OMC.....	106
A: L'accession à l'OMC.....	106
B: La capacité des entreprises à faire face aux conséquences de l'adhésion.....	108
2.2.3. L'impact de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC sur les TIC.....	109
A: Les TIC en Algérie une fois adhéree.....	109
B: Le rôle des TIC dans l'économie une fois adhéree.....	110
C: La participation des TIC dans le développement des exportations algériennes.....	111
D: L'impact de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC sur l'Internet et la télécommunication.....	133
<b>Conclusion.....</b>	<b>113</b>
<b>Conclusion générale.....</b>	<b>114</b>
<b>Bibliographie.....</b>	<b>VII</b>
<b>Annexes.....</b>	<b>VIII</b>
<b>Table des matières.....</b>	<b>IX</b>

## **Résumé**

L'OMC est une institution internationale considérée comme le moteur de la libéralisation des échanges et de l'économie mondiale qui est en pleine mouvance en connaissant une mutation d'une économie de production à une économie d'information et de savoir.

En effet, les Technologie d'Information et de Communication (TIC) occupent une place capital sur la scène économique des pays vue leurs importances. Pour arriver à des fins économiques par l'utilisation des TIC et pour rattraper le retard qu'accuse ce secteur en Algérie, cette dernière a instauré plusieurs visions pour le faire développer, entre autre, son adhésion à l'OMC.

Il est démontré à partir des lectures effectuées, que les TIC jouent un rôle primordial dans l'amélioration de la compétitivité et la productivité des entreprises algériennes, ainsi, dans sa contribution à la diversification des échanges extérieurs.

D'après l'enquête qu'on a effectuée au niveau des wilayas de Béjaia et Tizi Ouzou, on a pu constater des anticipations d'un impact positif de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC sur les TIC, mais on ne peut pas généraliser ce résultat au niveau national, parce que leurs situations en Algérie n'est pas favorable pour qu'elles puissent jouer le rôle espéré en soulignant que les efforts fournis par l'Etat pour développer les TIC sont jugés insuffisants.

**Mots clés:** OMC, L'adhésion, Algérie, L'impact, TIC, Commerce International.

## **Summary:**

The WTO is an international institution considered as the engine of the liberalization of the exchange and the worldwide economy which is in full mobility by knowing a change of saving in production to a saving of information and knowing.

Indeed, the technology of Information and Communication (TIC) occupies a place capital on the economic scene of the countries seen their importance. To arrive at economic ends by the use of the TIC and to make up for lost time which this sector in Algeria shows, the latter founded several visions to make it develop, amongst other things, its adhesion with WTO.

It is shown from the readings carried out, that the TIC play a central role in the improvement of competitiveness and the productivity of the Algeria companies, thus in its contribution to the diversification of the foreign trade.

According to the investigation which one carried out on the level as willayas of Bejaia and Tizi Ouzou, one could note anticipation of a positive impact of accession of Algeria with WTO on the TIC, but one cannot generalize this result at the national level, because their situations in Algeria is not favorable so that they play the part hoped by stressing that the efforts provides by the state to develop the TIC are considered to be insufficient.

**Keywords:** WTO, adhesion, Algeria, impact, International trade.